



TE Y VA

TOMAMOS EL PULSO

A LA VIDA

GRACIELA
ITURBIDE

LA GRAN
FOTÓGRAFA
MEXICANA,
PREMIO PRINCESA
DE ASTURIAS

A LA MODA

LAURA PONTE
Y BARUC
CORAZÓN

AL AMOR

MANUEL
ALEJANDRO

UN APERITIVO
EN EL PUERTO

BELLEZA
PELO

MÁS QUE BOOM,
REVOLUCIÓN

EN PORTADA:
BESS VAN NOORD

TRÁGICA Y HERMOSA
CRÓNICA DE
LA ESPAÑA
INCENDIADA

*Por Marta del Riego
y Flaminia Pelazzi*

Relatos de autor XVII
"Un encuentro revelador"
Por Laura Chivite

*Y Antonio Lucas en
"MADRID, LA
PRIMERA VEZ"
pág. 130*

LA NUEVA PIEL

VESTIRLA SIN ERRORES

ACCESORIOS

ZAPATO ROJO, BOLSO CON CADENA,
BOTAS CON TACÓN ARCO Y MÁS...



Nº 1038
OCTUBRE 2025
6,50€



LOUIS VUITTON



HardWear by Tiffany

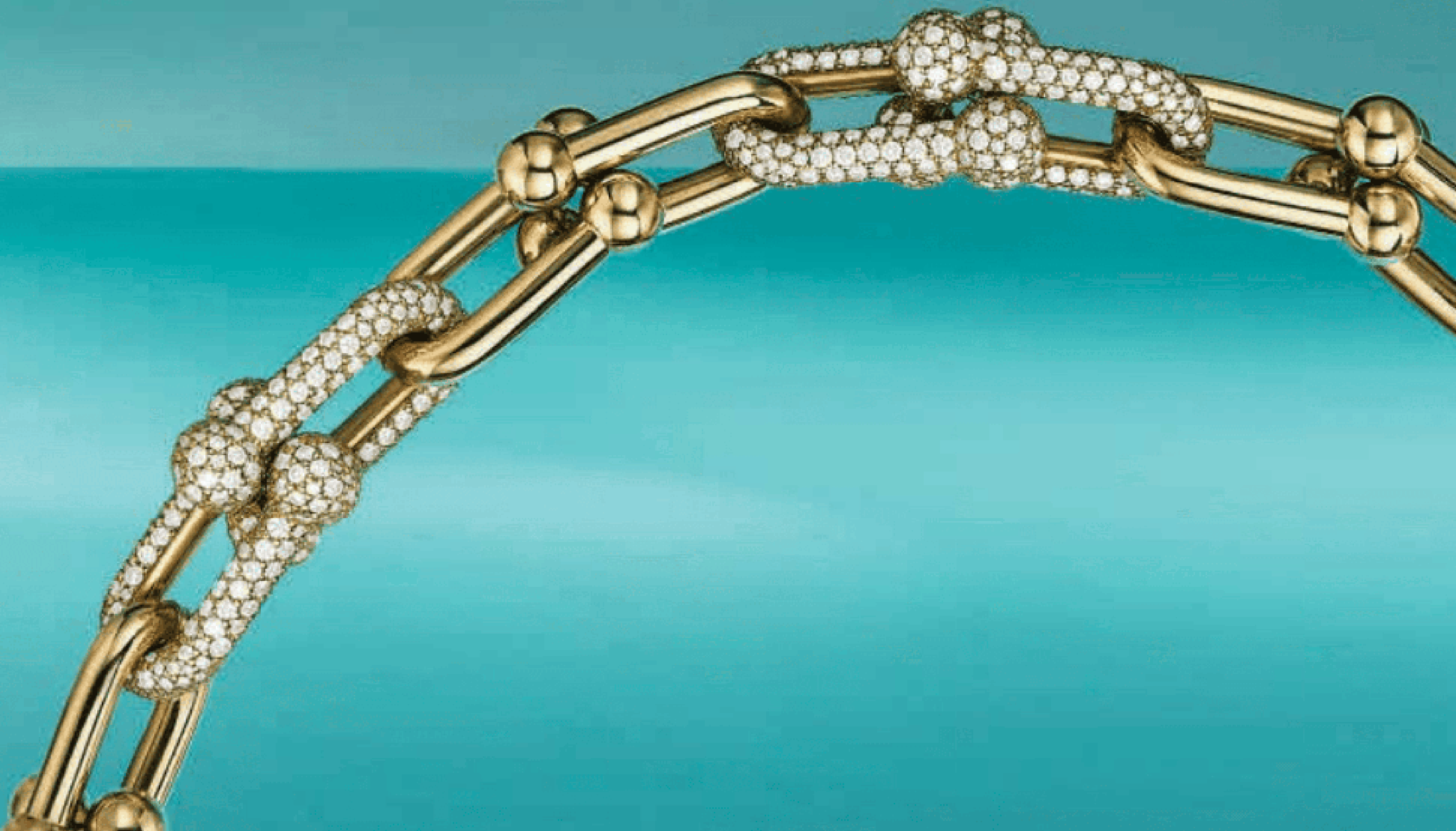


HardWear by Tiffany

Un diseño de 1962 inspirado en
Nueva York, una ciudad en
constante movimiento.

Una expresión de la fuerza
transformadora del amor.

With love, Since 1837 **TIFFANY & CO.**



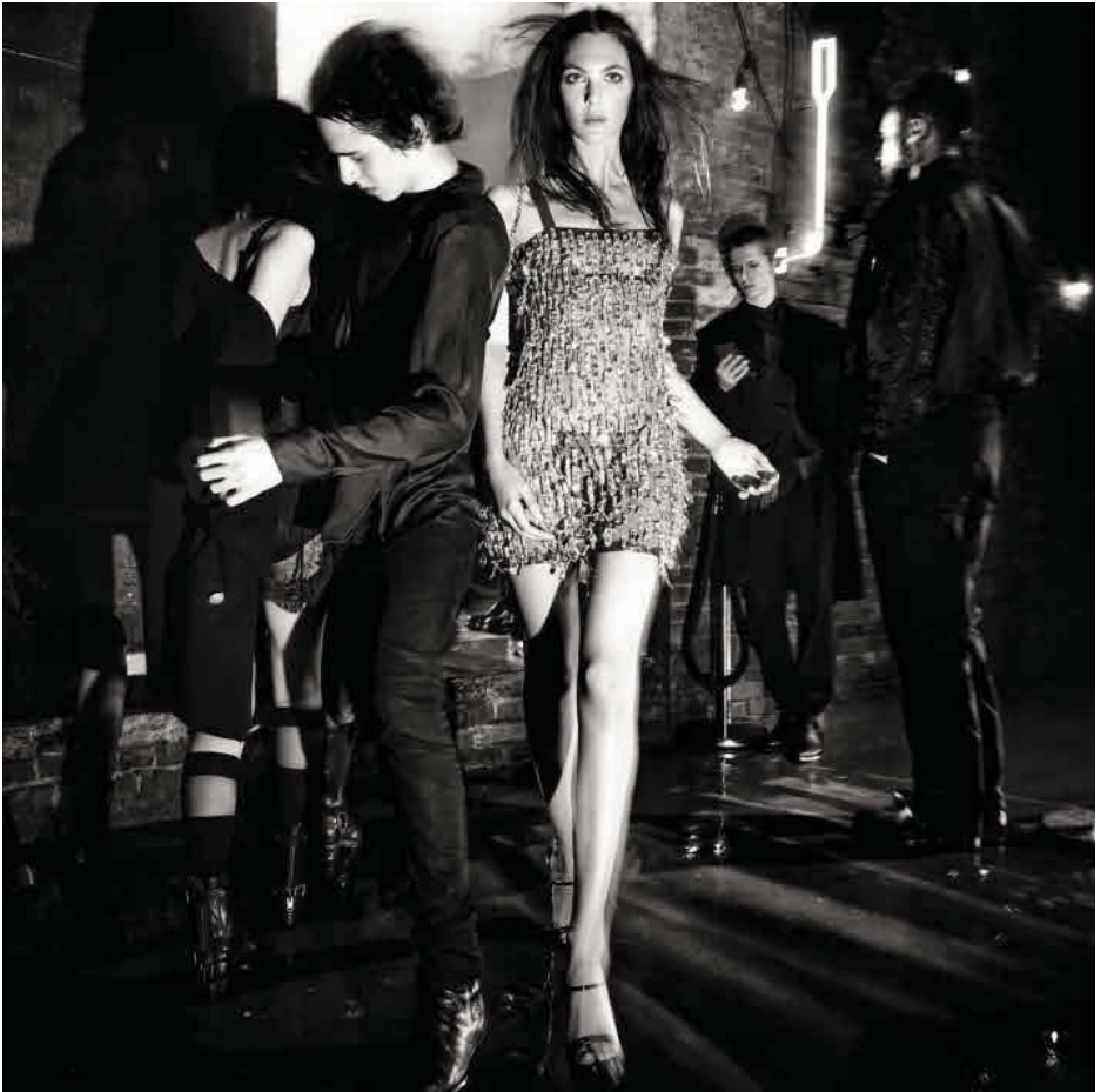


Miss Dior

THE NEW ESSENCE



DIOR



FALL WINTER 2025

VITTORIA CERETTI AND MONA TOUGAARD PHOTOGRAPHED IN NEW YORK BY STEVEN MEISEL



DOLCE & GABBANA

ETERNALLY

ICONIC





BVLGARI

ROMA 1884

B·ZERO1 COLLECTION





REACH FOR THE CROWN

EL OYSTER PERPETUAL

TOUS

PASEO DE GRACIA 75
AV. DE PAU CASALS 18
BARCELONA

ROLEX BOUTIQUE



ROLEX





GIORGIO ARMANI

Madrid, Galería Canalejas - Marbella, Puerto Banús



A dramatic landscape photograph featuring tall, golden-brown grasses in the foreground, some growing from a large, dark, textured rock. The background shows rolling hills under a heavy, cloudy sky with patches of light. The overall mood is moody and atmospheric.

MaxMara





GUESS

GUESS.EU



FENDI

OCTUBRE

2025
nº 1038

Tendencias

32 Regresa el bandage:

Pequeño, elástico y muy ajustado, la pieza en la memoria de Azzedine Alaïa y Hervé Leger.

36 Shopping pieles:

El abrigo de piel sale del armario.

41 Especial accesorios:

Más de 100 ideas con las tendencias del otoño.

74 Todo está en los

libros: Los escarceos de la moda y la literatura vienen de lejos.

88 La vida misma:

El periodista David López Canales reflexiona sobre el consumo de cocaína en nuestro país.

Cultura

Todo lo que debes saber de arte, libros, cine o teatro para no perder el pulso cultural.

93 Jenna Ortega:

La protagonista de *Miércoles* es la nueva musa del estilo gótico en Hollywood.

106 Elsa Punset:

Un luminoso ensayo sobre las claves para volver a ser felices.

Telva

De mujeres poderosas (en la moda, y en las artes...)

110 Moda pieles: Real, sintética o bio-leather, el regreso de la piel es el gran asunto de la temporada.

110



ERMANNO

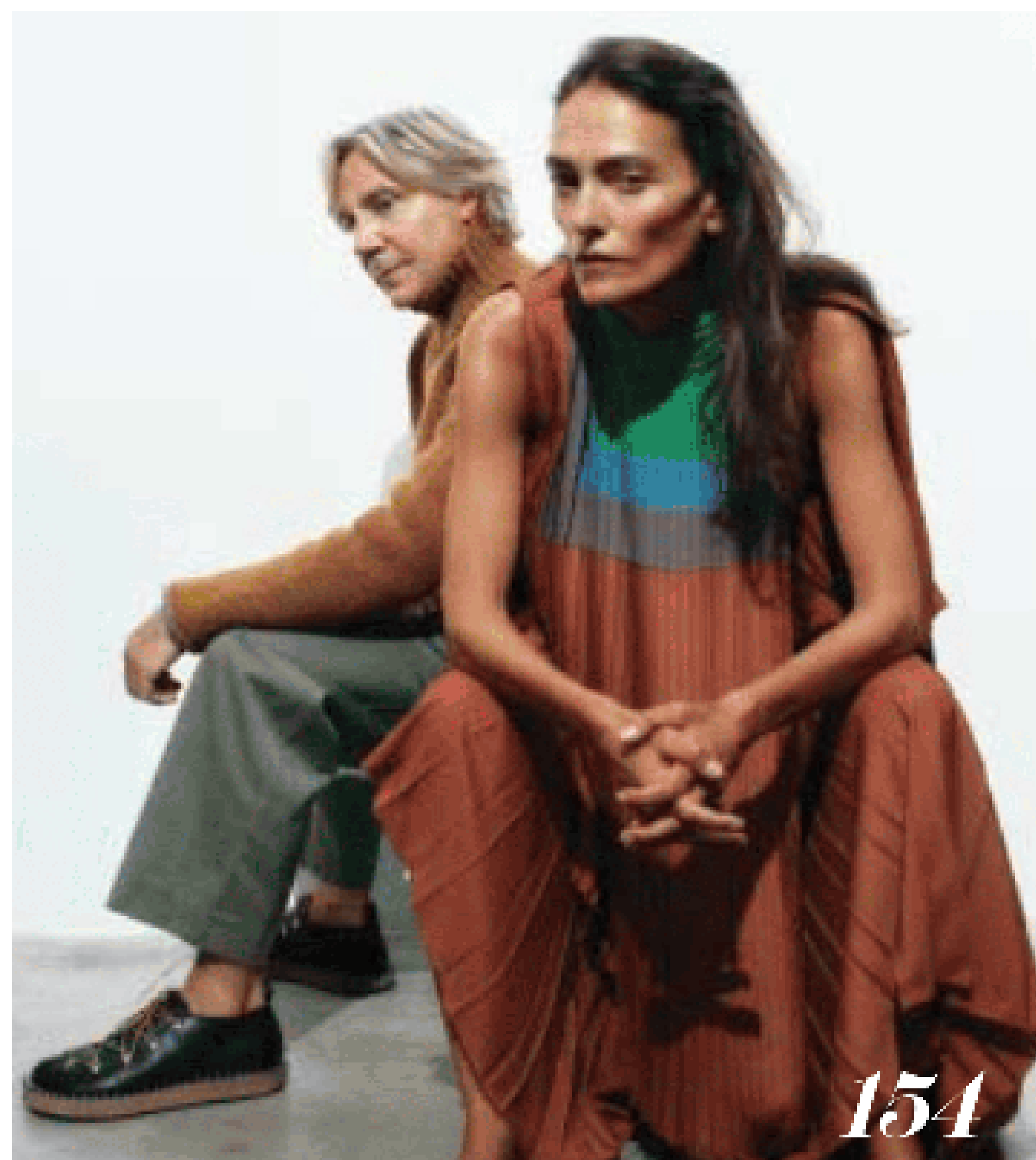


SCERVINO

ermannoscervino.com



192



154

“¿Una persona elegante? Tilda Swinton la que más. Y los que no pretenden, pero no sé cómo se llaman” (Laura Ponte)

138 *Graciela Iturbide:*

Charlamos con la fotógrafa mexicana, Premio Princesa de Asturias de las Artes 2025.

154 *Hablemos solo de moda:*

Una genial conversación entre Laura Ponte y Baruc Corazón.

162 *Manuel Alejandro:*

Aunque hay quien sigue sin ponerle cara, él ha escrito más

de 600 canciones con las que han triunfado Raphael, Julio Iglesias o Rocío Jurado.

172 *Menorca:*

Recorrido confidencial por la isla con el artista argentino Ricardo Labougle.

182 *Incendios:*

5 testimonios a pie de campo de una España arrasada.



Belleza

198 *Especial pelo:*

El boom del mercado capilar.

208 *La Bomba:*

Homenaje a la personalidad única de Carolina Herrera.

Cocina

230 *Hojaldre:*

Tu nuevo cómplice culinario.

La última

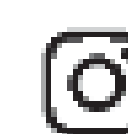
242 *Cuestionario Proust:*

Sebastián Yatra.

La portada

La modelo BESS VAN NOORD (Platform Agency) lleva chaqueta de pelo gris, EMPORIO ARMANI, pantalón vaquero, EASY WEAR en EL CORTE INGLÉS y mocasines negros, PRADA. Realiza: ALICIA CHAPA. Foto: JONATHAN SEGADE. Maquillaje y peluquería: JORDI FONTANALS (Ana Prado) para Chanel y Miriam Quevedo. Ayudante digital: DANI CAPARRÓS. Ayudante de estilismo: CECILIA LOZANO.

 Videos exclusivos en Orbyt y Telva.com

 Síguenos en Instagram



182

SUSCRÍBETE A **TELVA**

En la pág. 241 los detalles y, de regalo, llévate un lote de productos para el cabello de Farma Dorsch, valorado en 80 €.



FLAGSHIP STORES:

MINOTTI MADRID BY CONCEPTO DR, CALLE PRINCIPE DE VERGARA, 33 - T. +34 914 361004

MINOTTI MALLORCA BY TERRAZA BALEAR, CARRER DE LA PROTECTORA, 1 - T. +34 971 108 638

MINOTTI MARBELLA BY UPGRADE LIVING, BLVD. ALFONSO DE HOHENLOHE S/N, MARBELLA CLUB HOTEL - T. +34 951 749 547

MINOTTI VALENCIA BY PEPE CABRERA, CALLE CONDE DE MONTORNES, 28 - T. +34 96 111 77 57





TELVA

ES UNA REVISTA DEL GRUPO UNIDAD EDITORIAL (EDITA EDICIONES CONICA S.A.)

Directora OLGA RUIZ

Subdirectora LUCÍA FRANCESCHI

Directora de Telva.com
ELENA L. ÁVILA

Directora de Moda
ALICIA CHIAPA

Directora de Belleza
PALOMA SANCIO

Directora de Arte
CAROLINA CARRASCAL

REDACTORES JEFE

Cocina, Decoración y Viajes ISABELA MUÑOZ
Sociedad CRISTINA LARRAONDO
Moda MARTA DE LA CALZADA
Cultura CÉSAR SUÁREZ
Edición y Cierre ELENA FLOR
TELVA.com BLANCA DE ALMANDOZ

MODA

Estilistas
CRISTINA GARCÍA
VIVANCO, RAQUEL MEJÍAS
Responsable de Producción Moda
OTILIA RODRÍGUEZ
DELCLAUX

REDACTORAS

MARÍA FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA,
CLARA SÁNCHEZ DE RON, MIRIAM
MASCAREÑAS, LAURA RODRIGÁNEZ,
ELISA ÁLVAREZ, LAURA CADENAS,
LORETO RUIZ-OCANA
Editora de Redes Sociales
LAURA GONZÁLEZ ARRIAGA
Editor de vídeos
EDUARDO GARRIDO
Coordinadora de Acciones Especiales
VERÓNICA GONZÁLEZ

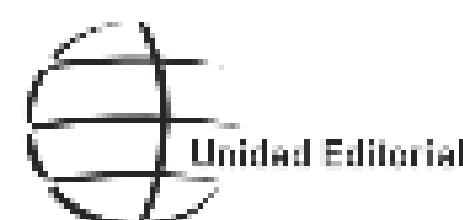
DISEÑO

Jefa de maquetación EMILIA PEÑALBA
Maquetadora ELENA ARANGÜENA
Diseño digital LETICIA PÉREZ CASTELL

Archivo y Documentación
ISABEL RAMOS DE MOLINS

Colaboradores Redacción: VIS MOLINA, ANI VALLHONRAT, LUCÍA HEREDERO, MAMEN RUIZ PUERTAS, MAMEN INFANTE, BEGOÑA DONAT, CRISTINA M. FRUTOS, TONI TORRECILLAS, RAQUEL CARMONA. **Fotógrafos:** TONI MATEU, TOMÁS DE LA FUENTE, JONATHAN SEGADÉ, JESÚS ISNARD, JAVIER BIOSCA, JOSEFINA ANDRÉS, CHANTELLÉ DOSSEI, ANTONIO TERRÓN, ANTÓN GOIRI, UXÍO DA VILA, SANTIAGO BELIZÓN, LUPE DE LA VALLINA, FLAMINIA PELAZZI, EREA AZURMENDI, ANTOINE DOVEN, WESTON WELLS, CHARLY CALDERÓN.

Directora de Negocio
ADELINA GIMÉNEZ



Editora
EDICIONES CONICA S.A.
Avenida de San Luis, 25.
Madrid 28033. Tel. 91443 50 00

Administradores
MARCO POMPIGNOLI
LAURA MÚGICA

**Comercialización
de Publicidad**
UNIDAD EDITORIAL S.A

**Director
de Publicidad**
RAFAEL SERRAHIMA

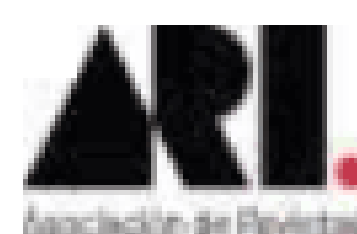
REDACCIÓN

Madrid. Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid. Tel. 91 443 50 00
Barcelona. Avda. Diagonal, 431 bis 6º 08036 Barcelona. Tel. 93 496 24 00.
Administración Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid

EDICIONES CONICA S.A

Suscripciones y ejemplares atrasados Tel. 91 050 1629
clientes@elclub.es **Imprime** ROTOCOBRI S.A. Ronda de Valdecarrizo, 13.
Pol Industrial de Tres Cantos. 28760 Tres Cantos Madrid.

EDICIONES CONICA S.A Madrid 2025. © Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede, ni en todo ni en parte, ser distribuida, reproducida, comunicada públicamente, tratada o en general utilizada, por cualquier sistema, forma o medio, sin autorización previa y por escrito del editor. Miembro de la Asociación de Revistas de Información ARI, Asociada a la Federación Internacional of Periodical Press FIPP. **Publicación mensual.** Depósito legal: M. 13.241-1963. ISSN 0212-2375. Impreso en España **PRECIO PARA CANARIAS:** Igual al precio de cubierta, incluida sobretasa.



Recarlo



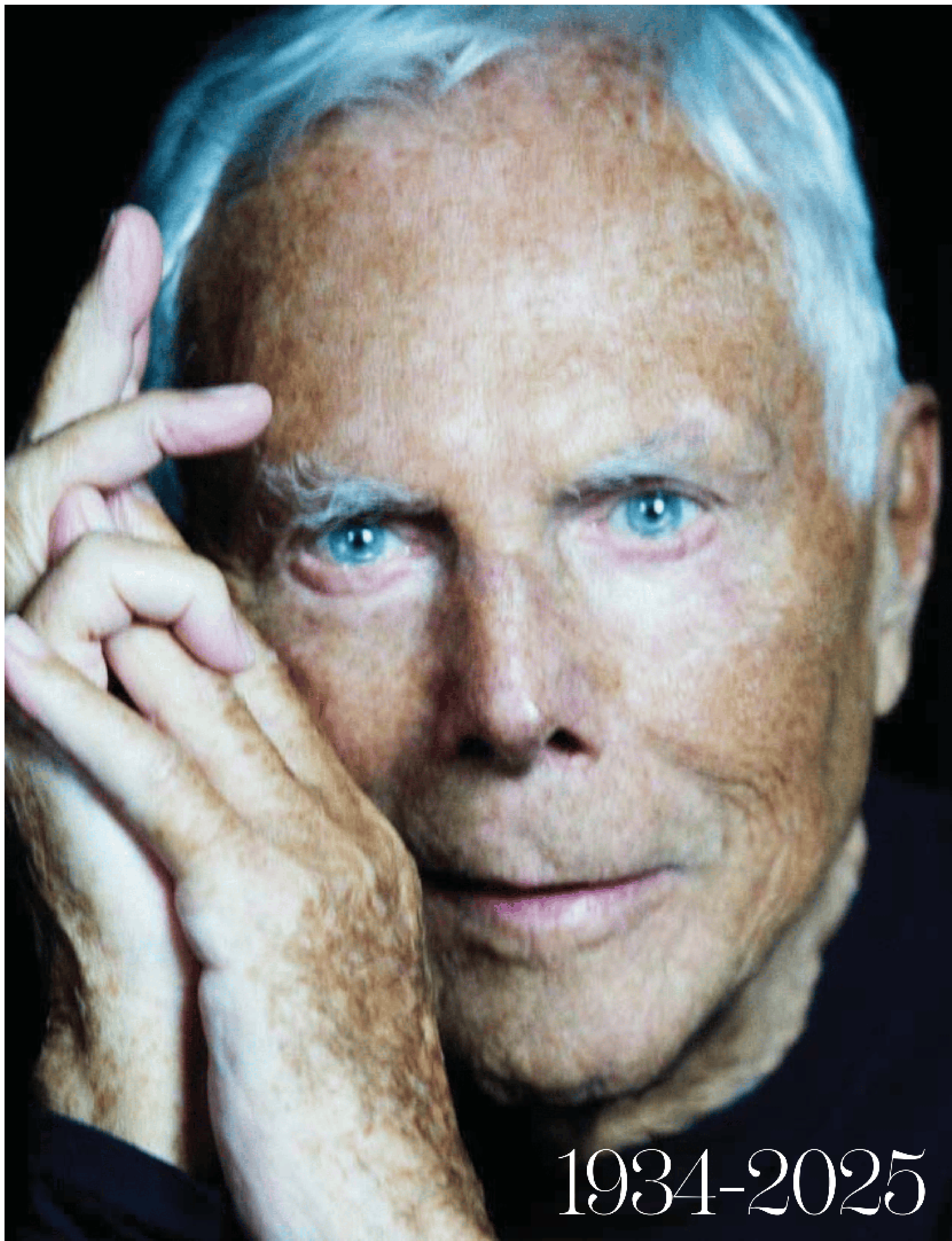


FOTO: JESÚS ISNARD

1934-2025

Giorgio Armani
EL FIN DE UNA ÉPOCA

TELVA

El sobre pequeño de color hueso siempre llevaba mi nombre escrito a mano con letra elegante. Detrás, Giorgio Armani. Via Borgonuovo, 11, rezaba en la solapa el espacio destinado al remitente. La cartita, del tamaño de media cuartilla, no solía tener más de tres o cuatro líneas siempre afectuosas, agradeciéndome una portada, una entrevista, un reportaje de aniversario... Invariablemente la carta iba acompañada de un detalle que, al cabo del tiempo, me enteré de que era el propio señor Armani quien lo elegía y Cristina, su secretaria personal de tantos años, la que se encargaba de envolverlo primorosamente. En estos tiempos en los que suele ser el dircom de las marcas quien se encarga de enviar, generalmente un whatsapp amable, a menudo unas bonitas flores, de agradecimiento por tal o cual reportaje, cuánto me emocionaba recibir estas notitas tuyas tan sobrias y elegantes, que denotaban además una inmensa calidez. Recuerdo la que me envió hace algo más de dos años. Acabábamos de publicar una portada en la que aparecía magnífico a sus 89 años, acompañado de la modelo Blanca Padilla. "España ama a Giorgio Armani", titulamos con absoluto convencimiento. Ha sido la única vez, en mis 15 años en TELVA, que hemos sacado a un hombre en portada. Pero él era una leyenda. *El Signor Armani. El re Giorgio*. Todavía me conmueve recordar el



FOTO: JONATHAN SEGADÉ

CUÁNTO ME EMOCIONABA
RECIBIR ESAS NOTITAS
DEL SIGNOR ARMANI,
TAN SOBRIAS Y ELEGANTES,
QUE DENOTABAN ADEMÁS
UNA INMENSA CALIDEZ

exposición tributo que le dedicará la Pinacoteca de Brea a finales de septiembre. El pasado fin de semana se dispuso la capilla ardiente en el Teatro Armani para honrarle. Sobre su féretro reposaba un ramo de rosas blancas y un crucifijo y detrás, junto a una fotografía en blanco y negro, una frase que resumía su vida y su legado. "El legado que espero dejar está basado en el compromiso, el respeto y la atención hacia las personas y la realidad. Ahí es donde empezó todo". Con él desaparece una época. Adiós Signor Armani. Descanse en paz.

Olga Ruiz, directora.



ROJO, SOLO ROJO,
NADA MÁS QUE ROJO

ROUGE CASAQUE
LA BELLEZA ES UN GESTO

En 1985, poco después de presentar sus primeros vestidos *bandage*, a Alaïa se le otorga el premio Creador del Año, con Grace Jones enfundada en uno de ellos.

80's
un invento
de Azzedine
Alaïa

BANDAGE

regresa el “vendaje” fashion

HERVÉ LÉGER

SCHIAPARELLI

VERSACE

TOM FORD

2025

un éxito
del otoño

Del poder al exceso,
del cliché al revival:
la segunda piel más
famosa de la moda
vuelve a escena.

Kaia Gerber
en el festival de
Toronto (2024).



Cindy Crawford en los Oscar de 1993 con Richard Gere. Su hija Kaia recreó ese mismo vestido de Léger para acudir en 2024 al Festival de Cine de Toronto y las búsquedas del 'bandage dress' se dispararon un 63%.



90's
Hervé Léger
lo reinventa

BALMAIN P/W 2009



Pequeño, elástico, muy, muy ajustado y, sobre todo simbólico, casi totémico, de una feminidad sexy. LA VUELTA DEL VESTIDO BANDAGE dice más de lo que sus escuetas tiras de tela insinúan.

—Laura G. del Río.

2000
de la pasarela
a la calle



BALMAIN O/I 2008

BALMAIN O/I 2008

BALMAIN O/I 2008



ALBERTA FERRETTI

2024
la pasarela
lo anuncia

En 2024, Alberta Ferretti sacó un conjunto de top y mini de bandas; le siguieron Off-White y Versace, con una revisión en cuero. Y este verano era Vetements quien subía a Gigi Hadid y Anok Yai a la palestra envueltas en cinta de embalar, en una interpretación gamberra de las tiras de Alaïa y Léger.



Vestidos bandage de Victoria Beckham (2008) y Blake Lively (Serena Van Der Woodsen) en Gossip Girl.

UN “*sujetador*” PARA EL CUERPO

Lo llamaban EL CORSÉ FLEXIBLE. Cuando en los años 80 AZZEDINE ALAÏA ideó aquel VESTIDO DE PUNTO ELÁSTICO que se ceñía al cuerpo COMO UNA SEGUNDA PIEL –su respuesta al *power dressing* de traje y hombreras de la época– no solo espoleó la tendencia BODYCON, sino una forma de vestir que ESCULPÍA, REAFIRMABA Y CELEBRABA EL CUERPO DE LA MUJER.

Con la precisión quirúrgica que le definía, Alaïa construyó una prenda que se ajustaba sin oprimir. Un estudio de anatomía para el que se fijó en la forma en que los pliegues y las telas se ceñían al cuerpo en la escultura clásica, pero también en la corsetería y la danza. Modelando directamente sobre sus clientas o sobre maniqués en su taller de Le Marais, el tunecino prefería los tejidos industriales, la viscosa y la lycra, más propios del universo deportivo, que las sedas duquesa y el tafetán de la alta costura. No eran bandas cosidas una sobre otra, sino paneles continuos de punto elástico estratégicamente tensados. Sus acólitas, –entre ellas Grace Jones, Naomi Campbell o Tina Turner– decían que ponerse uno de esos vestidos era sentirse “blindada y liberada a la vez”. El vestido *bandage* “nunca estuvo pensado para una sola musa; sino para todas las mujeres”, cuenta Melissa Lefere-Cobb, directora general de Hervé Léger, la enseña que en los 90 continuó la premisa de Alaïa y la llevó a un extremo más literal y comercial. Con la idea inicial de ser escultor y terminar abriendo su propia casa de moda, en 1985, el modisto Hervé Léger –cuyo verdadero apellido era Peugeot y se lo cambió por recomendación de Karl Lagerfeld– se inspiró en las vendas de las momias egipcias. El éxito fue inmediato y se convirtió en el uniforme de las top models y la alfombra roja: Linda Evangelista, Iman, Claudia Schiffer, Cindy Crawford del brazo de Richard Gere en los Oscar de 1993, Nicole Kidman en *Batman Forever*. Hasta Diana de Gales se los enfundaba. El reto, explicaba el creador, era crear un tejido que combinase estructura y flexibilidad. Hubo mucho ensayo y error. “No era el corte de la tela, sino la ingeniería de la prenda”, dice Lefere-Cobb. “Conseguir la tensión y el peso exactos llevó mucho tiempo e innovación”. Pero lo que resultó fue un punto de inflexión cultural más que una simple moda. “Envolver el cuerpo con bandas de tela para darle forma sin usar sastrería tradicional fue revolucionario. Era escultórico y abiertamente sensual. El objetivo no era plegarse a las tendencias, sino crear una silueta que favoreciese, empoderase y perdurara”. Y perdurar, ha perdurado. Tras su apogeo en los 90 se adhirió al ecosistema *celebrity*, la cultura club y el espectáculo paparazzi de los 2000, vestido con asiduidad por Paris Hilton, Lindsay Lohan, Britney Spears, Victoria Beckham, y, como no, las Kardashian, que lo transformarían en uno de los símbolos de su ascenso mediático. El *bandage* era fies-

ta, *bling bling*, lujo obsceno, cuerpos en exhibición: el atuendo oficial de una era de desenfreno. El precio del exceso fue el agotamiento. Aquel vestido de tiras se convirtió en cliché, copiado hasta la extenuación por el *fast fashion*. Relegado al imaginario de *Jersey Shore* y *The Real Housewives*, la moda pasó página, hasta que llegó la nostalgia. Cumpliendo con los diez años que, dicen los expertos, las modas tardan en regresar a la palestra, el vestido *bandage* protagoniza el revival más comentado del año. En marzo las visualizaciones de vídeos con el hashtag *#BandageDress* se dispararon un 130% en TikTok. Hoy llegan a los 55,4 millones. En junio, el pico de las búsquedas en Google y las menciones online era de un 653%, señalaba *@databutmakeitfashion*, analista de moda. Y mientras en Klarna –la plataforma de pago flexible– han visto subir las ventas de vestidos *bodycon* un 127% de enero a julio, los usuarios de eBay teclean ‘Hervé Léger’ más de 23 veces cada minuto desde enero.

La pasarela venía avisando. En la primavera-verano 2024 Alberta Ferretti sacó un conjunto de top y minifalda de bandas dorado. Ese otoño-invierno, siguieron Off-White y Versace, con una revisión sui generis en cuero. Y este verano era Vetements quien subía a Gigi Hadid y Anok Yai a la palestra envueltas en cinta de embalar, en una interpretación gamberra de las tiras de Alaïa y Léger.

Pero el catalizador del *comeback* menos esperado han sido las celebridades y la viralización, redes sociales mediante, de todo lo acontece en sus guardarropas. Primero fue Kaia Gerber acaparando en septiembre de 2024 los flashes del Festival Internacional de Cine de Toronto con una recreación del Hervé Léger con el que su madre Cindy desfiló en la alfombra roja de los Oscar tres décadas antes. Luego Kylie Jenner paseando una versión a rayas por Saint Tropez. Hailey Bieber apareciendo en los Fashion Trust U.S. Awards de abril con un modelo berenjena de Saint Laurent. El *bandage* quiere mantener su premisa original, desvinculándose de aquella imagen de los 2000 atada a la delgadez y mostrando una cara más diversa que abraza literalmente otro tipo de siluetas. La relación del vestido *bandage* con la feminidad y el feminismo es complicada pero innegable. Armadura para Alaïa, sexualizado por el *star system* y banalizado por el *mass market*, hoy tiene lecturas contradictorias. La de la vuelta a la objetificación del cuerpo; pero también la de su reapropiación. Un refuerzo del canon de tradicional, o una subversión del mismo, según se quiera mirar. **T**

NUEVO
TOTAL EYE LIFT
[TECNOLOGIA RETINOL-LIKE]

El contorno de ojos que transforma tu mirada.

EFFECTO LIFTING EN

30

SEGUNDOS¹

CLARINS
PARIS

Total Eye Lift
[RETINOL-LIKE TECHNOLOGY]

Concentré zone regard
lift-redensifiant

Lift-replenishing
eye concentrate

TETRAPÉPTIDO ANTIEDAD

HARUNGANA BIO

x12

PRODUCCIÓN
DE COLÁGENO²

RECARGABLE

CLARINS



1

El lujo más sofisticado en el interior

Romy Schneider con Peter Frampton.



2



3

Piel + joyas, combo seguro

4



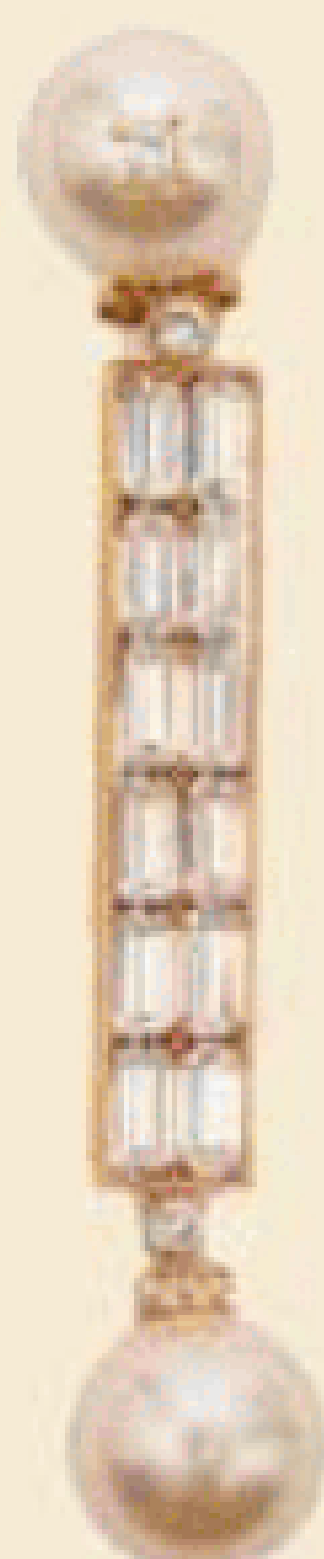
EL ABRIGO DE PIEL SALE DEL ARMARIO

Si ya lo dabas por perdido, es el momento de refrescarlo: el abrigo de piel vuelve, pero no el de tu madre. Los nuevos cortes y las pieles sintéticas que lanzan todos los creadores esta temporada anuncian un invierno lujoso y sofisticado.

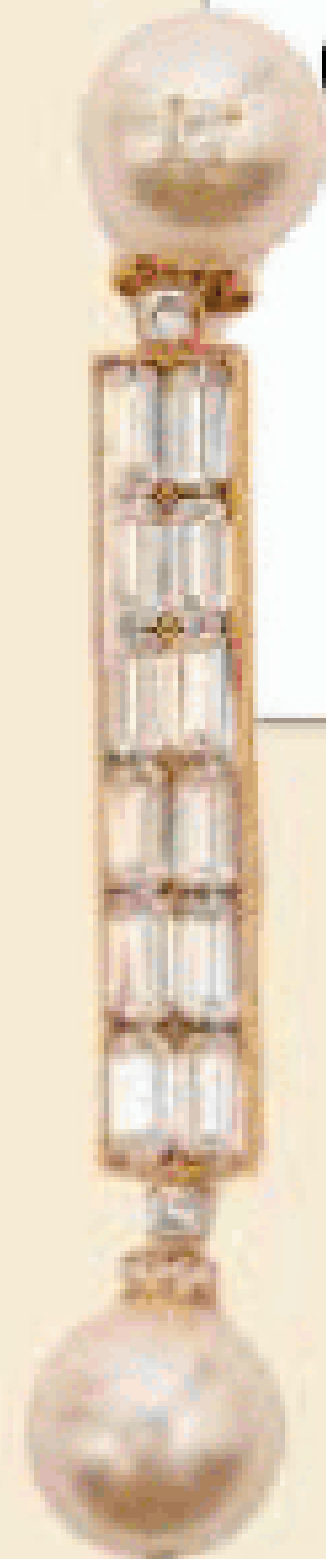
—Realiza: Raquel Mejías.



5



6



7

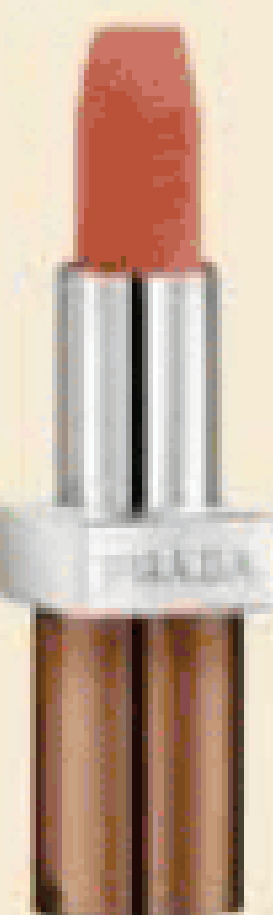


10

Propósito? Vestida como para tomar el té o acudir a una exposición



8



9



11



TARDES EN LA CIUDAD

1. Blusa estampada y pañuelo de seda, Etro.
2. Anillo Elyndra, Thomas Sabo (279 €).
3. Calcetines lenceros, Mango (5,99 €).
4. Reloj Seamaster Aqua Terra en oro y diamantes, Omega.
5. Falda de ante, Mon&Pau (895 €).
6. Pendientes, Valentino (1.100 €).
7. Colonia Oud & Bergamot, Jo Malone (136 €).
8. Labial Matte en tono nude, Prada (36 €).
9. Bolso, Khaite (3.400 €).
10. Abrigo Teddy, Phoebe Philo (8.500 €).
11. Cinturón, Tintoretto El Corte Inglés (20 €).
12. Sandalias de charol negro con piedras bordadas, Dolce & Gabbana.

12



El mood es el estilo boho de los McCartney en su granja inglesa en los 70



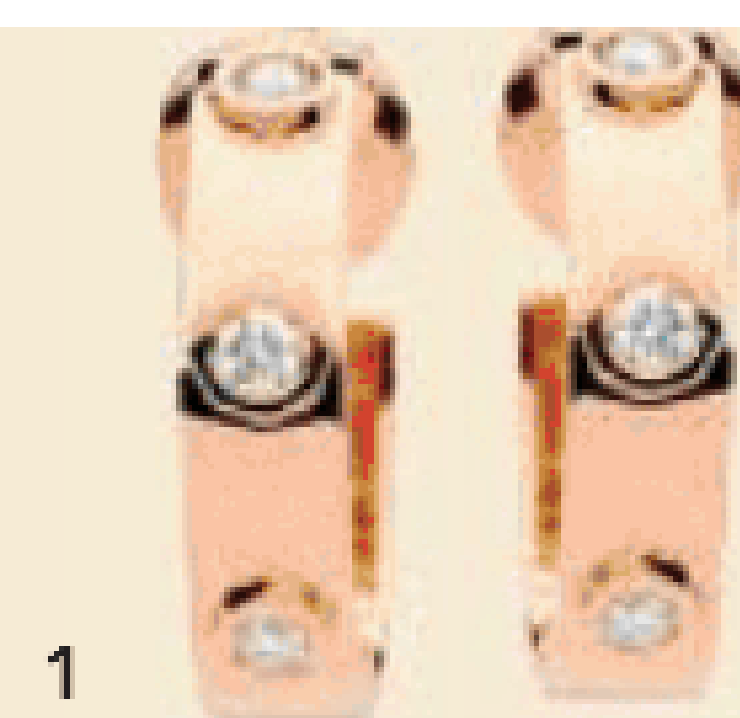
3



Sandy Denny.



4



1



2



5



6



7



8



9



10



11



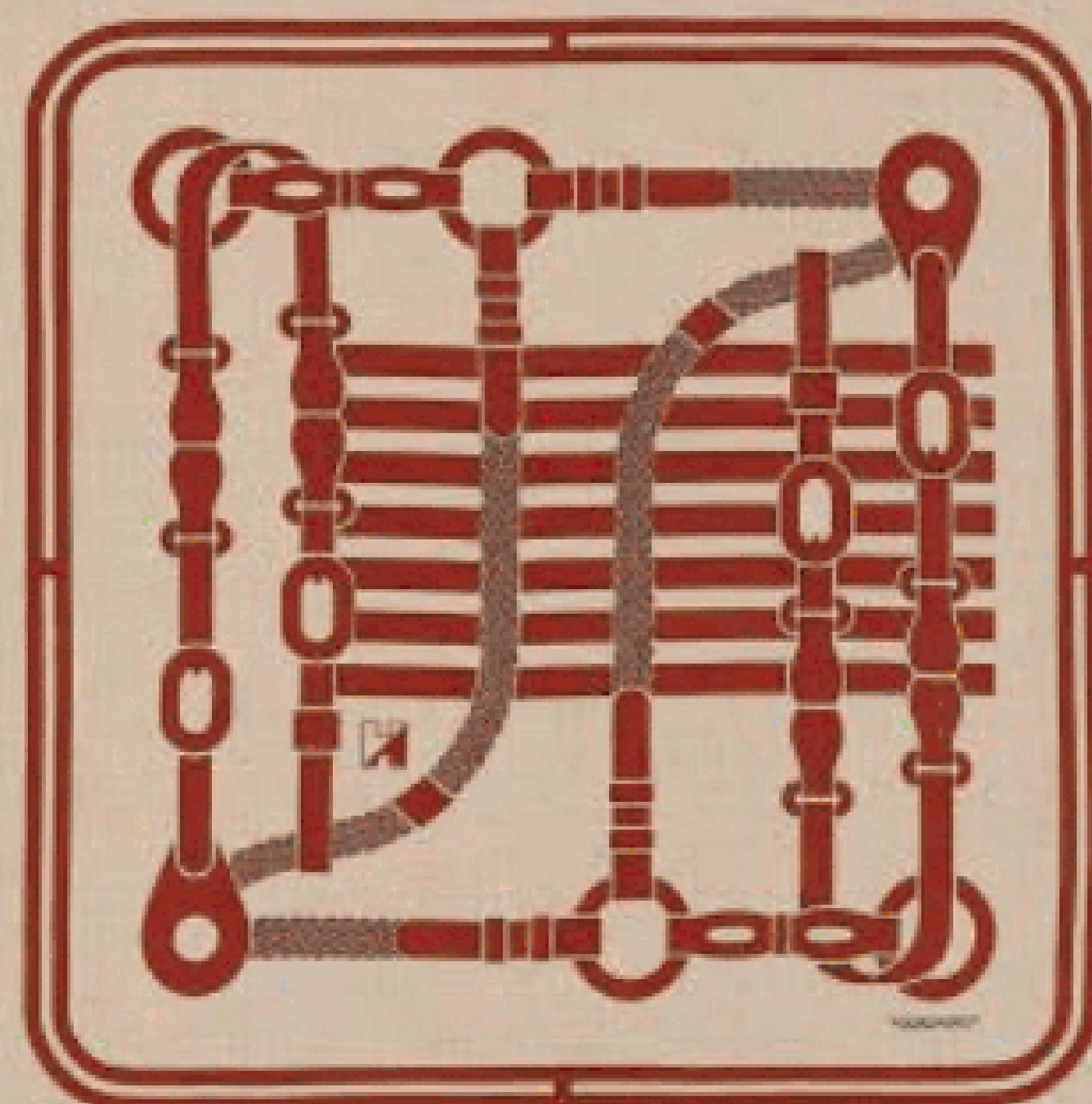
12

Complementos sí, pero de auténtica piel y sin tratar. Una Mitford más en el siglo XXI

BRITISH O NADA

1. Pendientes de aro pequeños de oro rosa con tres diamantes, Rabat (3.380 €).
2. Brazalete, Scalpers (29,90 €).
3. Reloj Lady-Datejust, Rolex (35.550 €).
4. Chaleco, Antik Batik (515 €).
5. Charm de bellota en madera y piel, Loewe (450 €).
6. Jersey de cuello alto, Celine (690€) .
7. Perfume Rivulets, Pleasing (CPV).
8. Abrigo Evita de pelo oversize, Nour Hammour (2.185 €).
9. Pantalones rectos con cintura elástica, Louis Vuitton (1.950 €).
10. Bolso de pelo, Guess (165 €).
11. Cinturón de piel de becerro, Giorgio Armani (1.200€).
12. Bailarinas, Ferragamo (795 €).
13. Pañuelo de cachemire y seda, Hermès (CPV €).

13





SENCILLA NUNCA

1. Aros Anniversary Glam en oro amarillo 18 quilates y diamantes naturales, Recarlo (2.100 €). 2. Gafas de sol, Dolce&Gabbana Eyewear (285 €). 3. Camisa, IKKS (135 €). 4. Pañuelo de seda, Longchamp (110 €). 5. Collar de metal, Chanel (1.650 €). 6. Cinturón Boheme, Baltei Studio (115 €). 7. Jersey algodón suave, Uniqlo (19,90 €). 8. Bolso bandolera Paddington en piel de búfalo granulada, Chloé (2.300 €). 9. Abrigo de piel de oveja, Prada (CPV). 10. Reloj Lexington, MICHAEL Michael Kors (249 €). 11. Eau Capitale Dyptique (170 €). 12. Colorete Tan line, Rhode (32 €). 13. Pantalones Ayla Cargo, Citizens of Humanity (369 €). 14. Cartera, Ganni (145 €). 15. Botas, Geox (189 €).

Elizabeth Arden

NEW YORK



NUEVO
ÁCIDO HIALURÓNICO
+ PÉPTIDOS

CERAMIDE SÉRUM HIDRO-RELLENADOR
EN CÁPSULAS MONODOSIS

El **100%**
apreció su piel más
RELLENA* al instante

*Basado en un estudio clínico de 33 participantes
inmediatamente después de su uso.

Simply myself



MARINA RINALDI

EL PUNTO Y FINAL AL LOOK

Si hay un bodegón que admiremos por lo que sus objetos desplegados transmiten es éste que por accidente ocurre en una fotografía de 1947 de Irving Penn. En *Theatre Accident* un bolso cae en el intermedio de una función y los objetos personales dicen todo de la persona: gafas, un reloj antiguo, un neceser de oro. Tal es el poder de los ACCESORIOS, delatan nuestra identidad.

—Realizan: Marta de la Calzada y Elena Flor.



Bolso de piel, Max Mara.

FERRAGAMO

FERRAGAMO

EL COLOR: zapato rojo

Como en el cuento de Hans Christian Andersen, siempre llamativos y un poco inapropiados, los zapatos rojos aparecen en las colecciones a menudo a juego con el vestido, con las medias rojas, en un guiño a los 80, y hasta con el bolso. Como atrevido que es, el rojo admite versión peluche o con plumas, y muta en botas altas que acompañan a abrigos cortos en un deseable juego de alturas.

JACQUEMUS



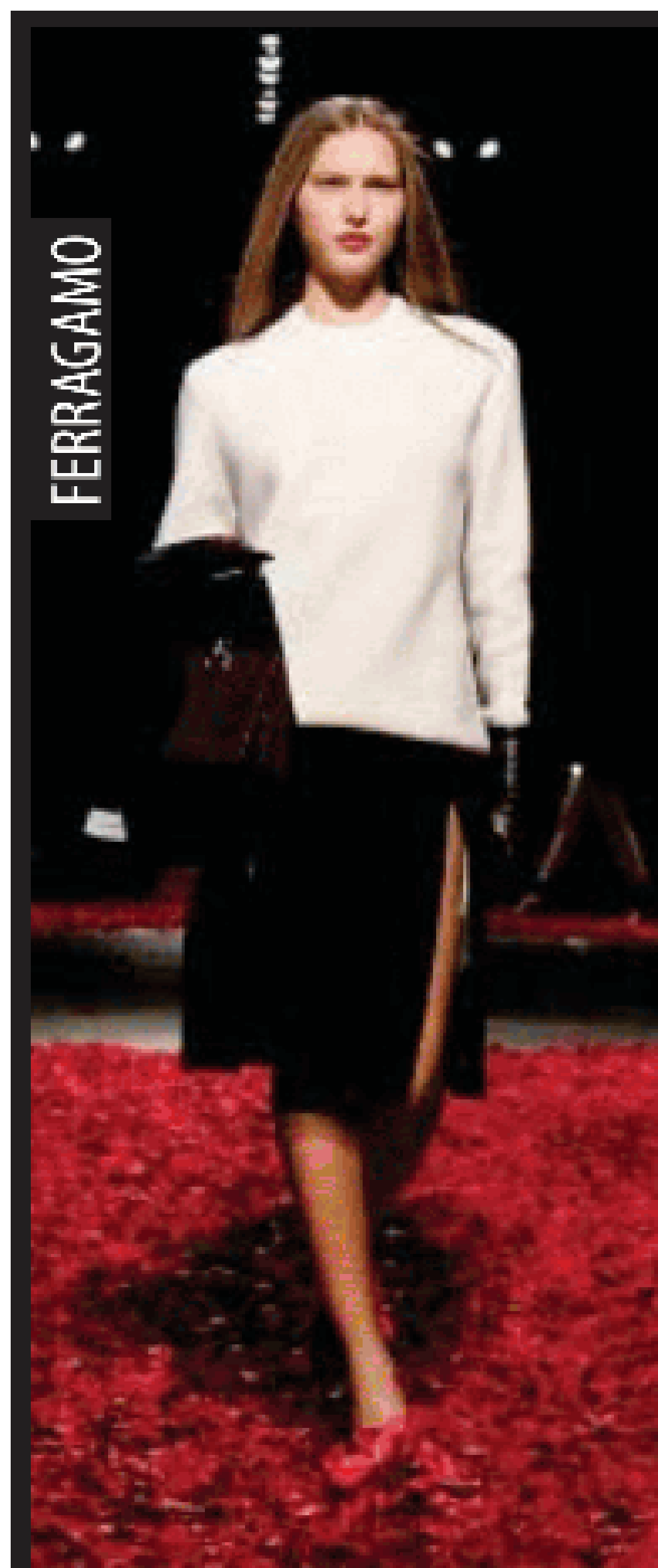
MIU MIU

botas altas

Con prendas por encima de la rodilla. Mosqueteras o no, pero siempre muy ceñidas, alargan la pierna aunque no lleven un tacón exagerado.



PATOU



FERRAGAMO



PATOU

Bandera tricolor: blanco, negro, rojo. Alimenta la teoría del rojo inesperado, esa pincelada sorpresa en un look clásico impecable.

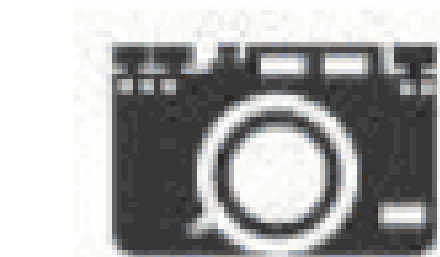


GIVENCHY

BLUMARINE



El rojo en los zapatos era símbolo de poder desde los romanos. También para las feministas. ¿O es un guiño a los zapatos rojos del Papa?



en la calle

Con falda corta y sin medias, el toque sofisticado en un look casual.

VERSIÓN destalonado



CHANEL



LOS ZAPATOS: en piel envejecida

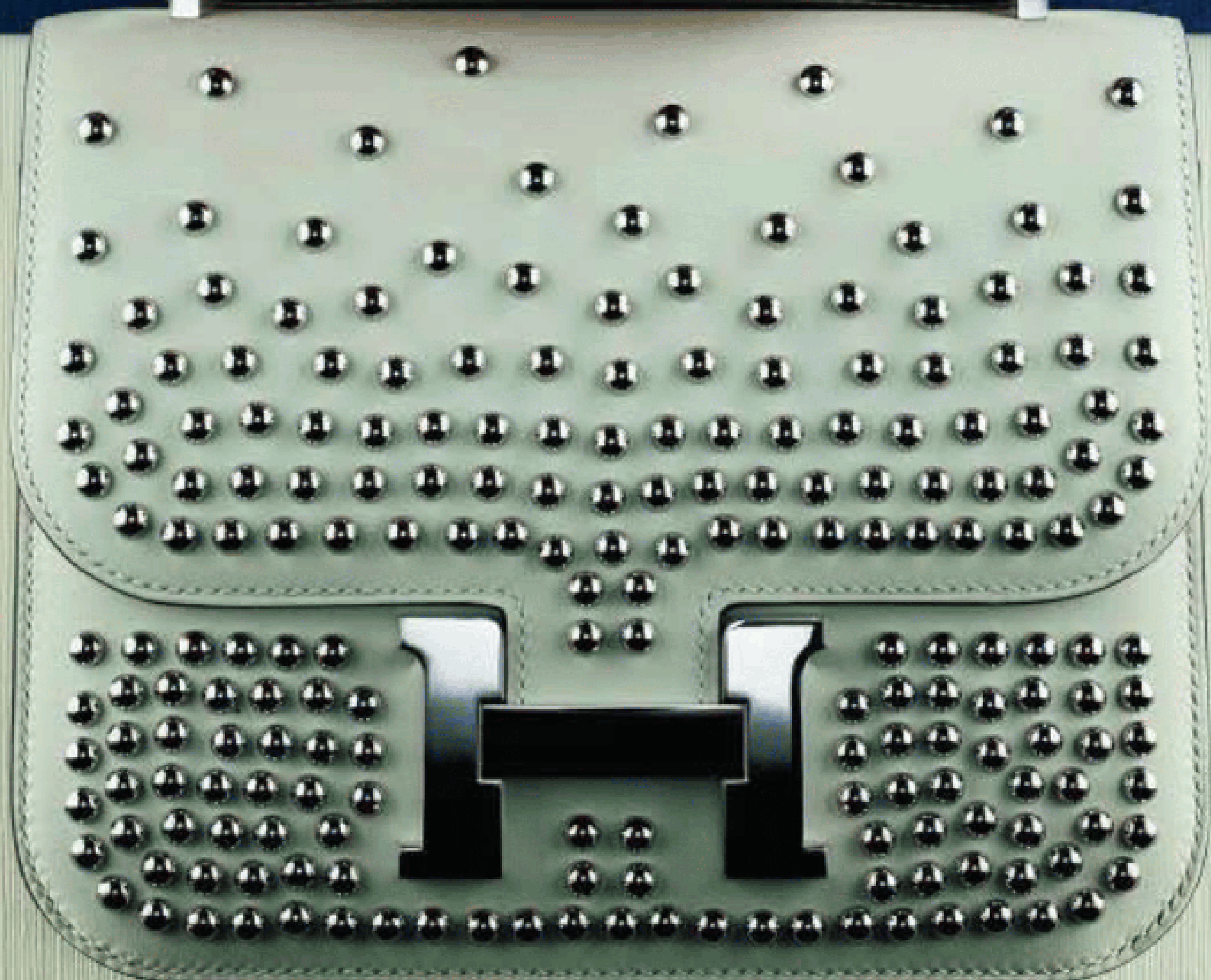
Superamos la omnipresencia de las bailarinas de los años 90, pero no queremos incomodarnos con la vertiginosa altura de un stiletto del 2000, así que detengámonos en el término medio. El *kitten heel*, esos 3-4 cm como máximo que nos elevan del suelo, conscientes de que la altura del zapato no determina nuestro estatus, está tan reforzado como cuando nació en 1950 a manos de Roger Vivier para la casa Dior.

Zapatos de salón en blanco calizo, Prada.

EL OBJETO: bolso de coleccionista

¿Por qué Hermès es la única marca de lujo cuyos números siguen creciendo cada año sin temor a guerras o crisis económicas? Su política de baja producción exagera el deseo. La lista de espera hace subir los precios de los bolsos icónicos en las subastas. Coleccionistas que son también inversores. El lujo inteligente.

Bolso bandolera Constance Mini Miroir Clouté, Hermès.





CHANEL



ACNE STUDIOS

MIU MIU



EL BOLSO DE OFICINA: portadocumentos

Un accesorio vintage denostado por la tecnología merecía un retorno de película.

En 1994 nos preguntábamos por el contenido del maletín que debe recuperar Vincent Vega en *Pulp Fiction* (1994), de Quentin Tarantino, y esta temporada las redes sociales nos sacan de dudas ahorrándonos las pesquisas al interesarnos por el portadocumentos que aparece en *El diablo viste de Prada 2*. Andy carga una revista entera en un Coach.



Anne Hathaway en el rodaje de la segunda parte de *El diablo viste de Prada*.



MIU MIU



Modelo con cloche de fieltro, 1927.



EL SOMBRERO: cloche

Ajustado a la cabeza es propio de los años 20 y si Miuccia Prada cubre a las modelos de su último desfile de Miu Miu con él, vayamos preparando la sombrerera y asumiendo que el Panamá languidece como los días de sol y los recuerdos del verano. Todo lo que propone Miuccia no necesita revalidación, ni de otras dos marcas que avalen el "tres son tendencia". Además, asegura mensaje: No es casual que lo popularizaran las *flappers* (la "Nueva Mujer"), quienes rechazaban aquello que se consideraba como políticamente correcto por las generaciones anteriores.



LA BOMBA

BE LOUD BE FREE

THE NEW FRAGRANCE

CAROLINA HERRERA

LA JOYA: elige diamantes

Las pulseras rígidas, de materiales nobles como oro o plata, acompañan a las mujeres desde las primeras culturas. En la India, el brazalete tiene un significado cultural y lo usan principalmente las novias para simbolizar buena fortuna y suerte en el matrimonio. No hay marca joyera de prestigio que no haya diseñado una icónica: la Love de Cartier, el brazalete Bone de Elsa Peretti para Tiffany & Co, la Perlee de Van Cleef & Arpels con su trébol de la buena suerte, la Serpenti de Bulgari, el Collier de chien de Hermès.... Con esta premisa, no puede faltar un brazalete en tu joyero, y qué mejor que añadirle diamantes, símbolo de amor, pureza y compromiso eterno.

Pulseras de oro blanco con diamantes en forma de corazón, Recarlo.



EL DETALLE: botones y charms

Estas prendas vienen con joya, el accesorio cuelga, decora y escala camisas, mangas de chaqueta o tops de punto. Recuerda la creatividad de las botonaduras con motivos surrealistas de Schiaparelli añadiendo a los tejidos de invierno toques de esmalte, cristal, metal dorado o perlas en el caso del nuevo director creativo para Celine, Michael Rider.

PRADA

CELINE

PRADA

ACNE STUDIOS

"En tiempos difíciles,
la moda siempre es escandalosa"
(Elsa Schiaparelli).

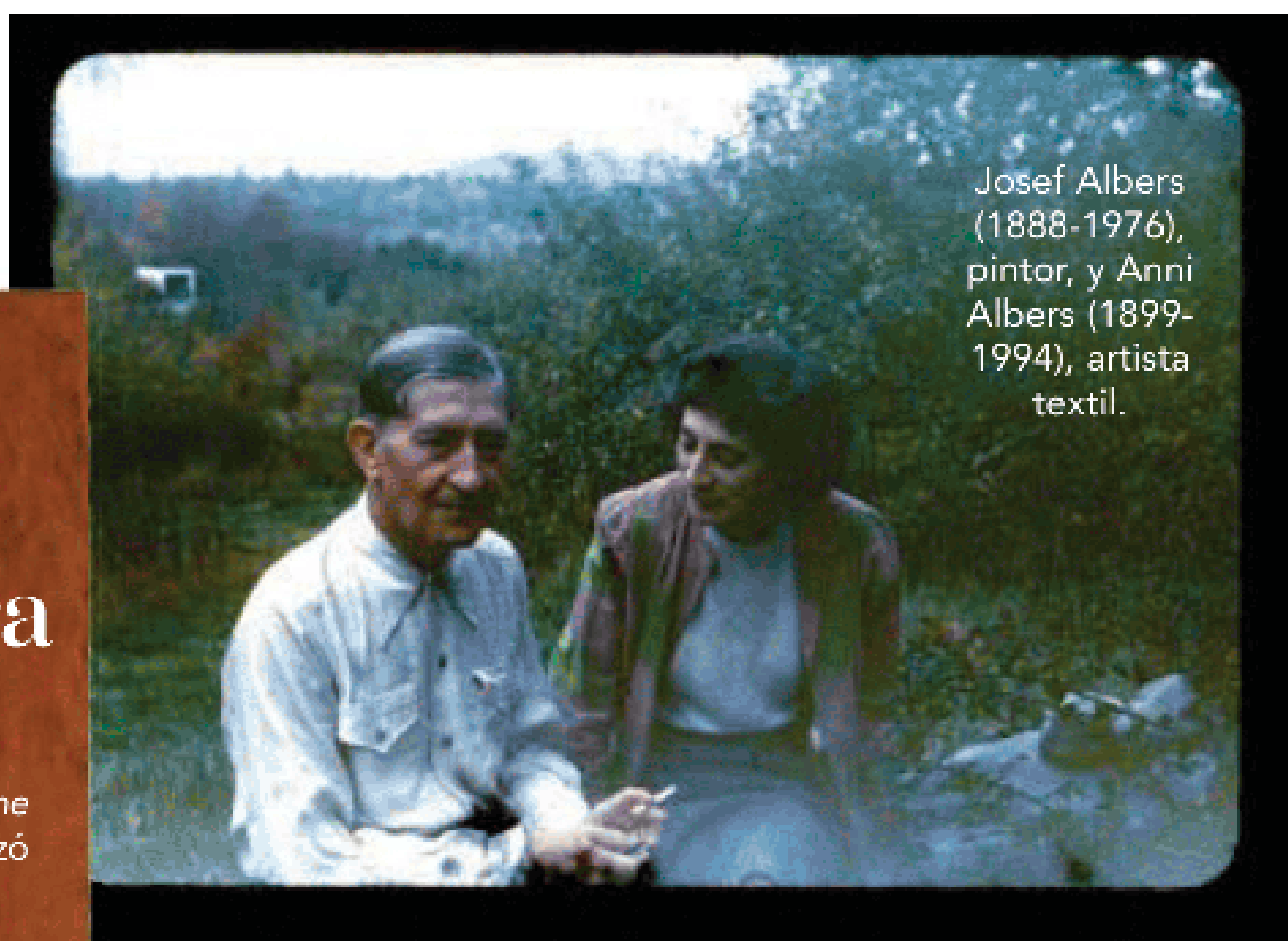


La exposición: Schiaparelli. En 2026, el V&A inaugurará la primera exposición realizada en el Reino Unido dedicada a Elsa Schiaparelli. Abarcando desde la década de 1920 hasta la actualidad, incluirá más de 200 objetos, entre prendas, accesorios, joyas, pinturas, fotografías, esculturas, muebles, perfumes y material de archivo. La exposición presentará el vestido *Skeleton* y el vestido *Tears*, así como un sombrero con forma de zapato al revés.

Desde el 21 de marzo al 1 de noviembre de 2026.

La cuadratura del lujo

Inspirados en la serie *Homage to the Square* de Josef Albers, que empezó en 1949, donde explora las interacciones cromáticas entre cuadrados de distintos colores, los bolsos se ven salpicados de su pintura abstracta. Albers demostró que el color es un fenómeno completamente relativo.



Josef Albers (1888-1976), pintor, y Anni Albers (1899-1994), artista textil.

LA COLABORACIÓN: Loewe x Albers

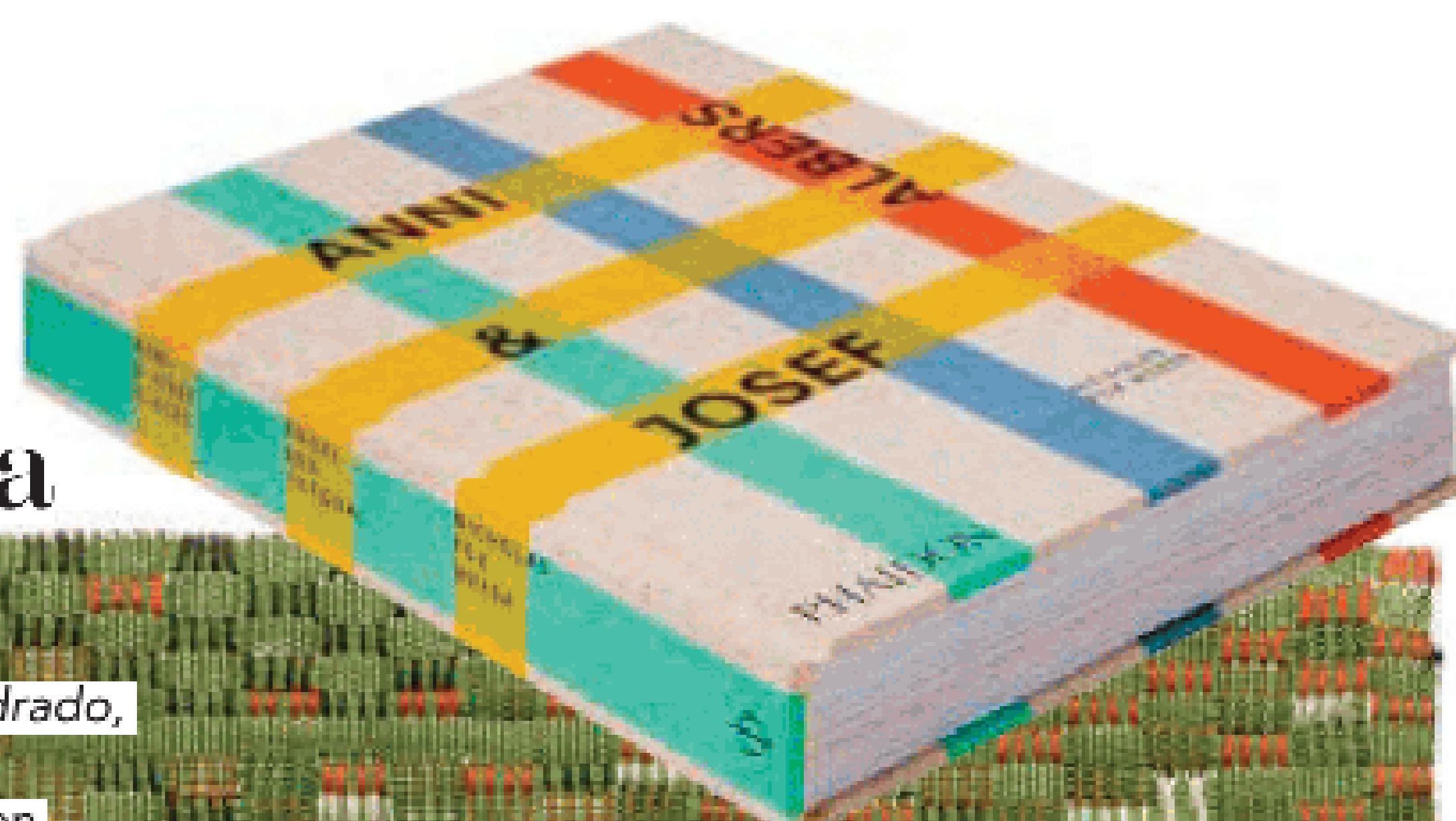
No ha habido artista que se le resistiera al director creativo J.W. Anderson mientras estuvo en Loewe. Sus colecciones eran un puro catálogo de arte que incluían desde guiños a Peter Hawking a homenajes a William Morris. Esta "galería" hecha pasarela (y viceversa) culmina con la colección cápsula dedicada a los diseñadores **Anni y Josef Albers**, pareja pionera de la modernidad del siglo XX.

Anni y Josef Albers por el director de la su Fundación, Nicholas Fox (Phaidon).

artesanía arty

Obra *Homenajes al Cuadrado*, de Josef Albers.

1. Flamenco clutch en caramelo y verde brillante
2. Bolso Flamenco clutch mediano en piel napa.
3. Purse en jacquard con cadena de eslabones circulares.



Érase el entramado de un tapiz. Obra textil

Pasture (1958) de Anni Albers que se reproduce sobre bolsos confeccionada en jacquard bordado a mano



1



2



3



LA TEXTURA: peluda

Podría ser un gato persa pero es un bolso. Calentito y peludo como una mascota, también necesita amor y que lo saquen a la calle. El de este invierno además de vivir y viajar contigo cual mejor animal de compañía llega alineado con una de las tendencias que copan la pasarela: el *faux fur* y las pieles. Tras meses analizando el significado de *Mob Wife* (ese anglicismo que te “des”califica automáticamente como “mujer de mafioso” por llevar algo que recuerde a un personaje de *Los Soprano*), y de años luchando por elevar a cool rebuscar en los percheros de las tiendas de segunda mano, los abrigos de pelo han conseguido no tener edad. Tan inspiradora resulta una imagen de Hailey Bieber como otra de una musa de la edad de Oro de Hollywood. Exigen tener su espacio: para empezar a hacer hueco, sirva un bolso.

Bolso de piel ecológica, Guess Handbags.



LE CHIQUITO, JACQUEMUS
El microbolso más pequeño que llegó a representar el 30% de los ingresos de la marca pertenece a la colección O/I de 2019.



2.55, CHANEL
Su cadena para llevar al hombro es su insignia por ser concebido por Coco Chanel como acto de rebeldía para liberar a la mujer del bolso de mano en 1955.

La selección tiene en cuenta además del diseño y manufactura, la relevancia cultural y su presencia en el streetstyle.



SADDLE, DIOR
Inspirado en el mundo ecuestre, refleja la pasión de Christian Dior por los caballos y se reedita desde el desfile de Galliano P/V del año 2000.

EL LIBRO: la lista de los 25

El volumen definitivo de consulta para entender la historia de cualquiera de los bolsos que atesoras en tu armario o tu lista de deseos desglosa los 25 más representativos de las últimas tres décadas. *The Book of Iconic Bags* (Assouline), a la venta a partir del 15 de septiembre, es tan completo que mezcla Birkins y Kellys con Carrie Bradshaw.



SPEEDY, LOUIS VUITTON
Nació en 1930 como el Express, por ser un bolso de viaje en miniatura, y fue rebautizado como Speedy por Audrey Hepburn en 1965.



KELLY, HERMES
Diseñado en la década de los años 30 por Robert Dumas lleva el nombre de la princesa monegasca.

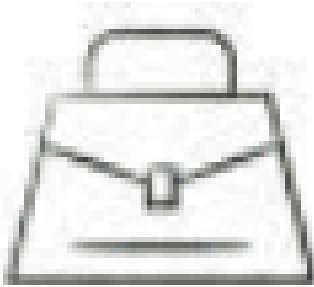


BAGUETTE, FENDI
Creado en 1997 por Silvia Venturini Fendi (hija de los fundadores), alargado como una barra de pan, estará siempre vinculado a los paseos de Sarah Jessica Parker en *Sex & The City*.

FALCONERI

PURE ULTRAFINE CASHMERE

ROSIE HUNTINGTON-WHITELEY
JASON STATHAM



EL ASA: con cadena

Coco Chanel liberó en 1955 las manos de las mujeres (para fumar, para tomar una copa, para leer, para abrazarse...). El bolso 2.55, cuadrado y acolchado como una silla de montar, incorporaba una cadena trenzada con cuero que se inspiraba en la que llevaban las monjas del orfanato donde creció y de la que colgaban las llaves. No ha habido vuelta atrás y la cadena ha estado presente desde entonces en todas las marcas con su propia versión.



5



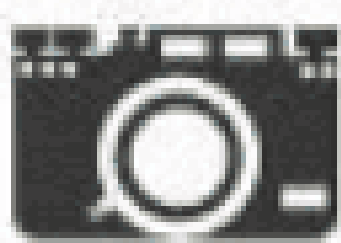
1



2



3



en la calle

La actriz Iris Law con el bolso *Panthea* de Valentino Garavani.



6



7



4

- 1. Bolso *Bolton Pouch* (990 €) Isabel Marant.
- 2. Bolso *shopper* efecto arrugado (129 €) Lola Casademunt.
- 3. Bolso en piel modelo *Enchaîné*, Prada.
- 4. Bolso con charms de corazón (135 €) Guess.
- 5. Bolso hobo de piel con correa a tono y segunda correa de cadena (580 €) Emporio Armani.
- 6. Modelo 2.55 (5.800 €) en piel blanca, Chanel.
- 7. Bolso *La Puffybag* de borreguito (169 €) Liu Jo.

sisley
PARIS

SISLEYA

SÉRUM ESSENTIEL
LONGÉVITÉ



Una revolucionaria propuesta antiedad
dedicada a las necesidades específicas de las pieles maduras.

Corrige los signos de la edad instalados: arrugas, pérdida de firmeza y pérdida de luminosidad.
Focaliza los signos de la edad característicos de las pieles maduras: piel fina y seca, con una tez irregular.

La piel irradia vitalidad.

MAÑANA, UN NUEVO COMIENZO

@sisleyparisofficial  SisleyParisSpain
Descúbralo en sisley-paris.com/es-ES

• La chica

Como embajadora y rostro visible de esta nueva creación se ha optado por la actriz francesa Nadia Tereszkiewicz (Versalles, 1996). Te sonará si has visto *La gran juventud*, que se estrenó en el Festival de Cine de Cannes, dirigida por Valeria Bruni Tedeschi, hermana de Carla Bruni.



• La referencia

Christian Dior le encargó a Victor Grandpierre que diseñara su casa de costura, la Maison Dior, en el número 30 de la Avenue Montaigne. "Creó el salón de mis sueños: todo en blanco y gris perla, con un aspecto muy parisino con sus candelabros de cristal", escribió Dior en su autobiografía.



• El detalle

Con cuerpo en forma de bombonera se ha adornado con *charms* que suman la palabra D.I.O.R. deletreada en metal, y cuenta con una bandolera ajustable que permite llevarlo colgado del hombro o cruzado.

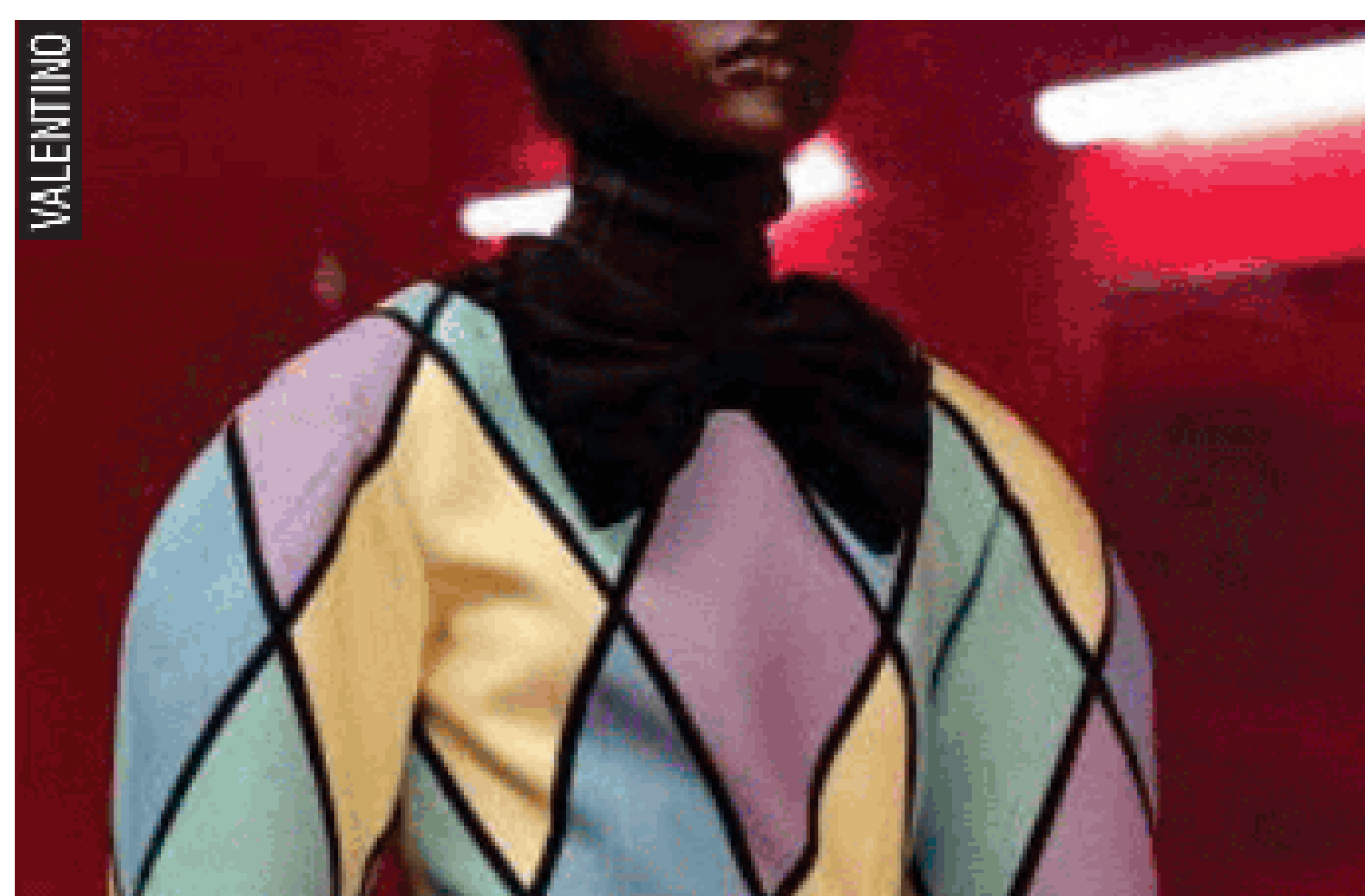


EL FORMATO: bandolera

El bolso **D-Motion** novedad de la temporada de invierno 2025 de Dior se ha confeccionado en piel de becerro craquelada **Macrocanage**, un claro homenaje a Monsieur Dior. La técnica de acolchado (su patrón es gráfico y en relieve) es una reinterpretación del icónico motivo Cannage. Éste último deriva de las sillas con respaldo ovalado Luis XVI del taller de Christian Dior, que no quería otras para los invitados a sus desfiles. La historia de la silla comenzó con la ayuda de Victor Grandpierre, fotógrafo y decorador; juntos crearon el famoso diseño interior de la tienda de corte neoclásico, en gris y blanco, que se ha convertido en uno de los códigos que también inspira algunos de sus accesorios.

• La colección

Nace del desfile de prêt-à-porter Otoño-Invierno 2025-2026 en el que Maria Grazia Chiuri lo introdujo como sorpresa junto a una evolución de la gorguera de Orlando, inspirada en el personaje y la novela de Virginia Woolf.



La microtendencia: la pajarita

Era el uniforme de Pessoa con sus gafas de intelectual. El glamour a la evolución de la corbata se la otorgó un dandi, Jacques de Bascher, y la vuelta del accesorio que se dio a conocer a principios del siglo XIX se la debemos al primer desfile de J.W. Anderson para Dior Hombre.



**ATRAPA TODAS
LAS MIRADAS.**

**NEW MAXI MOD LENGTH
& CURL MASCARA**



KIKO
MILANO

Alessandra Ambrosio de Woman Limited



VUELVE EL OTOÑO
VUELVE LA MODA

El Corte Inglés

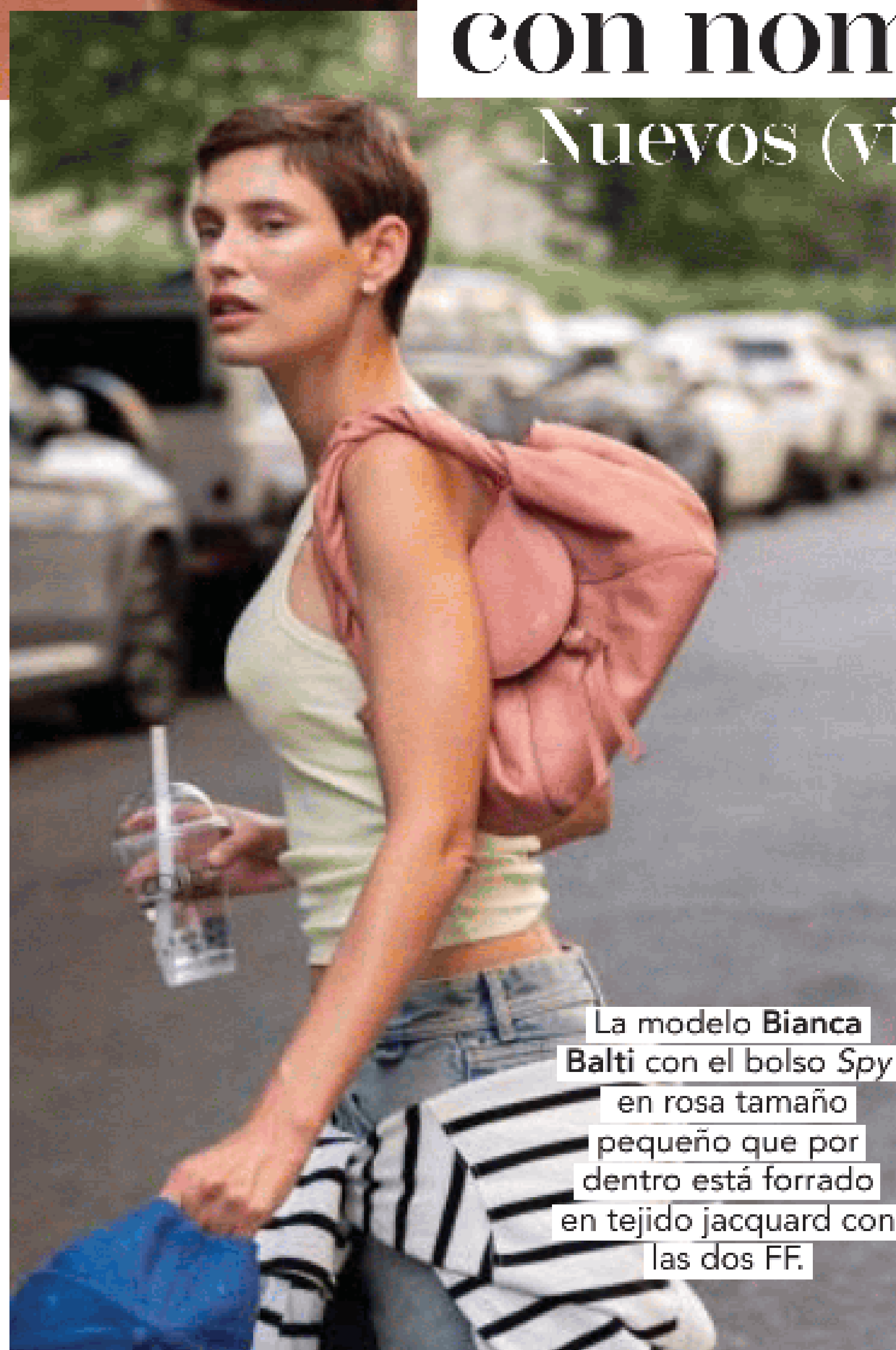
Candice Swanepoel de Woman Limited
Jon Kortajarena de Emidio Tucci

SPY

Se reedita el modelo presentado en el desfile P/V 2005 de Fendi y cuenta con un bolsillo secreto, oculto en la solapa.

EL RETORNO: bolsos con nombre propio

Nuevos (viejos) conocidos



La modelo Bianca Balti con el bolso Spy en rosa tamaño pequeño que por dentro está forrado en tejido jacquard con las dos FF.

PHANTOM

El nuevo director creativo de Celine, Michael Rider, se acuerda en su desfile debut del modelo de 2011 de los días de Phoebe Philo. Desde entonces la marca ya no lleva acento, pero él sí acentúa los laterales de este icónico luggage.





Sofia Coppola y Marc Jacobs en una fiesta en Nueva York en 2003.

Jessica Stam (izda.) y Caroline Winberg.

STAM

Apareció por primera vez en el desfile de **Marc Jacobs** O/I 2005 y se convirtió en uno de los bolsos más populares a principios de los años 2000. Rinde homenaje a la modelo canadiense, musa de Steven Meisel, **Jessica Stam** que reaparece al igual que el bolso para protagonizar la nueva campaña (junta a otro referente de la cultura dosmilera, Paris Hilton).



PADDINGTON

Regresa para el desfile de **Chloé** O/I 2025 el bolso diseñado en 2004 por Phoebe Philo (fue directora creativa de la firma hasta 2006) con todos los detalles que conquistaron a Sienna Miller y Kate Moss, el enorme candado vintage y la llave colgando.



Katie Holmes.

EL DOCUMENTAL

Sofia Coppola y **Marc Jacobs** se conocieron en Nueva York en los años 90 cuando ninguno de los dos era aún famoso. Él trabajaba como diseñador para Perry Ellis y Sofia aún no había cumplido los 20. Se hicieron inseparables. Ahora, la directora de *Virgenes Suicidas* y *María Antonieta* ha presentado en el Festival de Cine de Venecia *Marc by Sofia*, su primer documental, en el que a lo largo de 90 minutos traza la trayectoria de Jacobs desde la mirada de un querida amiga y con un punto de vista íntimo y original. Coppola ha sido musa, colaboradora en la colección de bolsos para Louis Vuitton durante la era Jacobs y directora de campañas como la de *Daisy*, su fragancia más icónica (inspirada en la Daisy de *El Gran Gatsby*). También trabajaron juntos en *Heaven by Marc Jacobs*, la línea más experimental del diseñador.

LA FORMA: geométrica

Como esas cabezas alabastrinas, ovales y pulidas de Constantin Brancusi, llevadas a su esencia, surgen los bolsos de formas geométricas, cercanos a la escultura. Imitar al arte es la obsesión del diseñador de moda, y los artistas invitados a diseñar han dejado piezas maestras en el mundo del accesorio, como Barbara Ségal o Murakami.

Minaudière en forma de perla, Chanel.





Abajo, sus *Memorias* (Ed. Turner) son lectura necesaria para entender la creatividad de quien fue mano derecha de Anna Wintour y estilista de algunas de las mejores producciones de Annie Leibovitz o Peter Lindbergh.

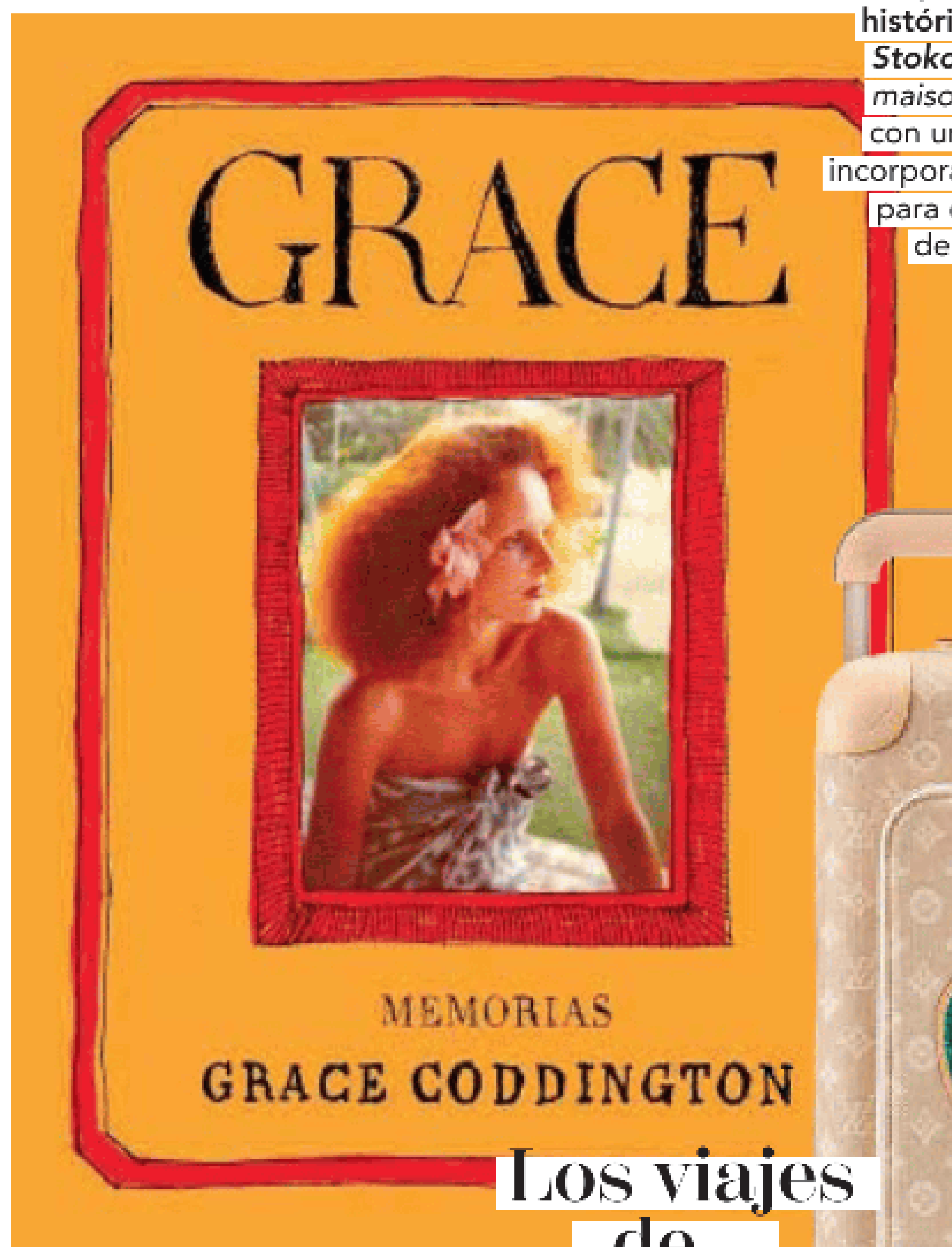


El baúl de Grace Coddington para Louis Vuitton está inspirado en el histórico modelo *Stokowski* de la maison y cuenta con un caballete incorporado y cajones para cuadernos de dibujo.



Pegatinas, parches, libretas y hasta estuches con los gatos más conocidos de la moda después de Choupette.

"Mis gatos no solo son compañeros adorables y reconfortantes, sino que también son una fuente constante de inspiración"



Los viajes de...

La colección cápsula *Louis Vuitton travels with* incluye la versión de Grace de su maleta *Horizon 55 y Keepall*. Como buena obra de arte, no olvida firmarla.



Grace Coddington en 1967 como modelo. Izda., Cat purse de Louis Vuitton.

LA FIRMA INVITADA: Grace Coddington

En 2019 la legendaria estilista ya dibujaba sobre mantas y pijamas la convivencia feliz de sus gatos persas (Pumpkin y Blanket) con los perros de Nicolas Ghesquière, Achille y Léon. Del ámbito doméstico atraviesan el boceto y vuelven Pumpkin y Blanket a manos de su dueña. Como una segunda entrega del cómic más esperado, Louis Vuitton le pide a **Grace Coddington** plasmar más amor felino sobre todo tipo de soportes, desde el *Keepall* a las agendas.



EL TAMAÑO: mini

Modelos donde se prioriza el diseño y su capacidad se limita a móvil y labial. Veremos versiones micro de bolsos icónicos, formatos neceser o *hypes* más económicos de marcas nicho.



1



2



3



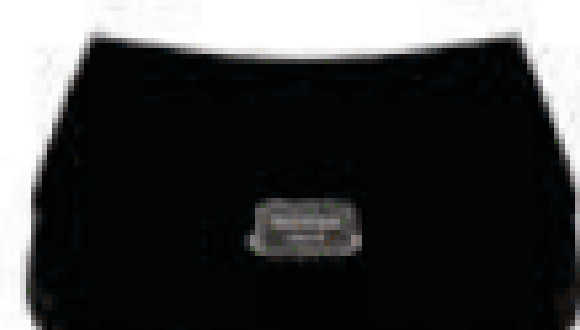
4



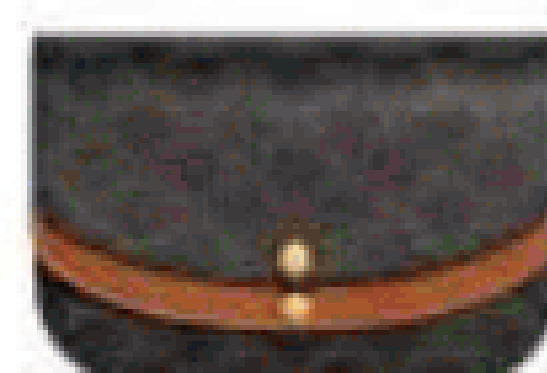
5



6



7



8



9

1. Bolso *Mamma Baguette* (2.100 €) Fendi. 2. Bolso de Joe & Mr Joe (60 €)
3. Modelo *Bou* con asa retorcida (310 €) Ganni. 4. Bolso *vanity case*, Hermès.
5. Bolso modelo 90s de piel caramelo (1.220 €) The Row. 6. Bolso *Beau* de piel con asa superior, Miu Miu.
7. *Clutch* de terciopelo negro con cierre metálico de Emporio Armani.
8. Minibolso de lona con correa, Celine.
9. Bolso saco (720 €) Ami Paris.

en la calle

El bolso de mano *Bou* de Ganni con estampado de leopardo es el modelo de precio medio que más se lleva.

LAS GAFAS: de pasta

Los impecables looks de Jacob Elordi en el Festival de Cine de Venecia no habrían estado tan bien rematados sin las gafas de sol firmadas por Jacques Marie Mage, un clásico que acaban de descubrir las generaciones jóvenes, fascinadas por su producción en series limitadas y la individualidad de sus monturas. Esas geometrías vanguardistas que parten de los 800 euros son tendencia y abren camino a versiones más económicas que adoptan el estilo de Jérôme Mage.



1



2



3



4

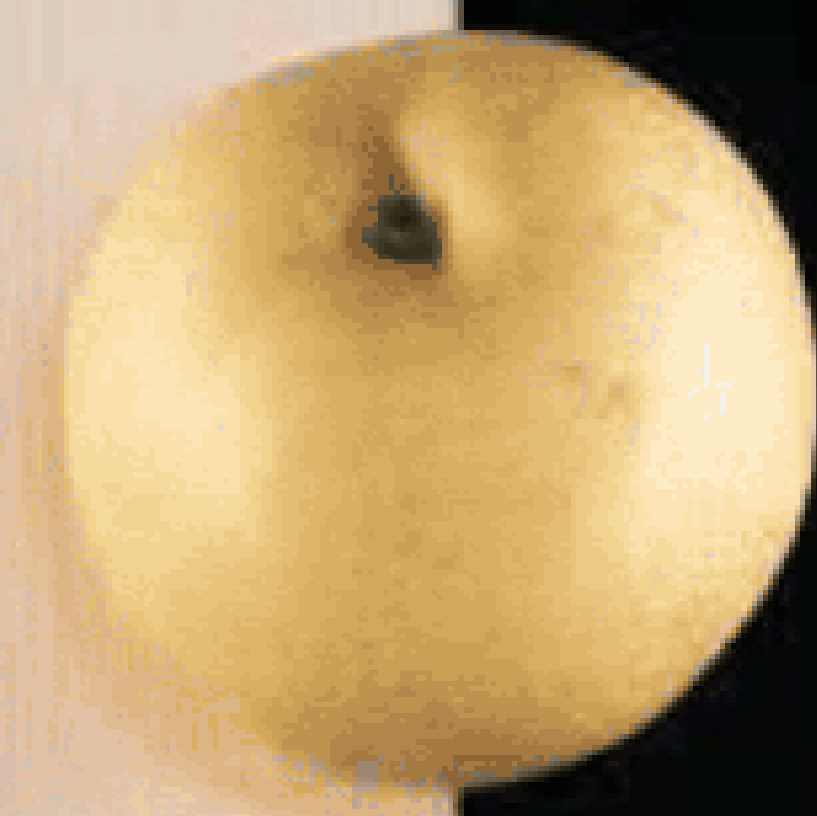


5

1. Gafas de sol (315 €) Dolce & Gabbana Eyewear. 2. Gafas de sol *Tahiti* con montura rectangular de acetato, Multiópticas.
3. Gafas de sol, *Symbole* (370 €) Prada. 4. Gafas *Greif* (80 €) Opticalia. 5. Gafas boho, Chloé.



IKKS



EL TACÓN: arco

Las botas de media caña podrán con las bajas o cowboy, adelantan a las *cuissarde* en el barómetro de las tendencias y, como un otoño no puede parecerse a otro para que el ciclo de la moda no cese, el auténtico sello distintivo residirá en el tacón. Arriesga con la curvatura, el tacón arco es al calzado de invierno lo que la cuña al zapatero de verano.

De izda., a dcha., Botas de caña alta en negro, Coperni. Botas de piel verdes, Fendi.



La Belleza de Unirnos para Acabar con El Cáncer de Mama.

Desde 1992, la Compañía Estée Lauder y su Fundación han financiado más de 144 millones de dólares para la investigación, la educación y los servicios médicos que salvan vidas en todo el mundo.

Descubre cómo puedes ser parte de este impacto
y ayudar a crear un mundo libre de cáncer de mama.

#TimeToEndBreastCancer



ESTÉE LAUDER COMPANIES
CAMPAÑA CONTRA
EL CÁNCER DE MAMA

Si quieres saber más:
ELCompanies.com/BreastCancerCampaign

  @esteelaudercompanies    The Estée Lauder Companies

EL BOOM: los zapatos históricos

En 1977 una Jodie Foster de 15 años era fotografiada en un monopatín con unos mocasines *Horsebit*, el mismo diseño con el que el director de la CIA, George H.W. Bush, fue retratado durante su visita a la Casa Blanca aquel año. ¿Quién iba a decir que dos personas de mundos tan diferentes compartirían calzado? Estructuras ingeniosas, silueta innovadoras y el equilibrio justo entre creatividad y excentricidad; estos zapatos forman parte de la historia de la moda y mantienen su relevancia en un mundo de tendencias de usar y tirar. Solo ellos han sido capaces de resistir como emblema durante décadas.



OPYUM, DE SAINT LAURENT

- Anthony Vaccarello desveló el diseño en su primera colección como director creativo de Saint Laurent en septiembre de 2017.
- En su original tacón de 11 cm, sustituyó la clásica forma de aguja por una imagen del logo antiguo de la firma.
- El nombre es un guiño al famoso perfume que Yves Saint Laurent lanzó al mercado cuarenta años antes de la creación de estas sandalias.



STILETTOS, DE LOUBOUTIN

- Los vimos por primera vez en 1992.
- Christian Louboutin estaba en su atelier revisando prototipos. Cuando levantó la mirada, vio a su asistente pintándose las uñas de rojo. Cogió el esmalte, lo aplicó en la suela de uno de los zapatos y con este gesto hizo historia.



en la calle

El mocasín con estribo metálico era el favorito de Jackie Kennedy.



RAINBOW, DE FERRAGAMO

- Creadas por Salvatore Ferragamo en 1938, cuando el diseñador ya era conocido como "el zapatero de las estrellas".
- El nombre de las sandalias da una pista sobre su origen: fueron creadas para la actriz Judy Garland poco antes del estreno de *El mago de Oz*, donde cantaba aquello de *Somewhere, over the rainbow...*
- Ferragamo patentó la cuña de corcho de 8,5 cm forradas con los colores del arcoíris.



HORSEBIT DE CUGGI

- Aldo Gucci (el mayor de los hijos de Guccio Gucci, fundador de la firma) los introdujo en 1953.
- El guiño ecuestre de los mocasines, presente en la hebilla metálica inspirada en el bocado que sostiene las bridas del caballo, ya había calado en Gucci desde la época de su fundador. Lo que logró Aldo fue fusionar esa estética aspiracional del mundo de la hípica con el lujo de la manufactura italiana a través de un zapato cómodo, ajeno a las modas y los géneros.



ROCKSTUD, DE VALENTINO

- El favorito de Anne Hathaway. ¿La última vez? Los lleva en el set de rodaje de la segunda parte de *El diablo viste de Prada*.
- Inspirados en el denominado *bugnato*, el almohadillado exterior que presentan muchos palazzos.
- Creados en 2010 bajo el reinado de Maria Grazia Chiuri y Pierpaolo Piccioli.



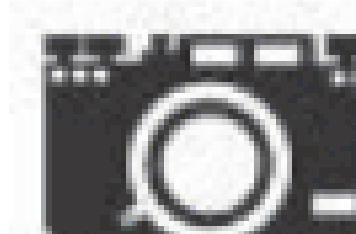
CENDRILLON, DE REPETTO

- Creadas por Rose Repetto en 1956 fue la primera vez que las bailarinas típicas de ballet tomaban las calles en una versión adaptada para el asfalto con un tacón de 1 centímetro y suela flexible.
- Brigitte Bardot encargó el zapato como parte de su vestuario en la película *Y Dios creó a la mujer*.



SLINGBACK, DE CHANEL

- Chanel propuso en 1957 una alternativa al afilado *stiletto* en colaboración con el zapatero parisino Raymond Massaro.
- Años después de presentarlo, muchas firmas lo emularon. ¿La reacción de Coco al ser preguntada por el asunto? “No me da miedo que me copien, quiero cien millones de clientes”.



en la calle

Destalonado y con un tacón cuadrado de 6 cm, presentaba una puntera en color negro a contraste con el resto del zapato



CHUCK TAYLOR ALL STAR, DE CONVERSE

- Marquis Mills Converse, fundador de la legendaria marca de zapatillas, creó las *All Star* en 1917.
- Ideadas para satisfacer las necesidades de los jugadores de baloncesto, a quien iban dirigidas en sus inicios (de hecho, el nombre hace referencia al equipo de baloncesto de la marca – All Star – y a quien fue su entrenador más influyente – Chuck Taylor –).



TABI, DE MARGIELA

- Martin Margiela las presentó en su desfile debut en 1988.
- Para encontrar su origen, cuyo sello distintivo es su puntera de dedos separados, hay que viajar al Japón del siglo XV, cuando se empezaron a llevar unos calcetines (llamados *jaki-tabi*) que fueron la antesala del zapato con puntera partida.



ARIZONA, DE BIRKENSTOCK

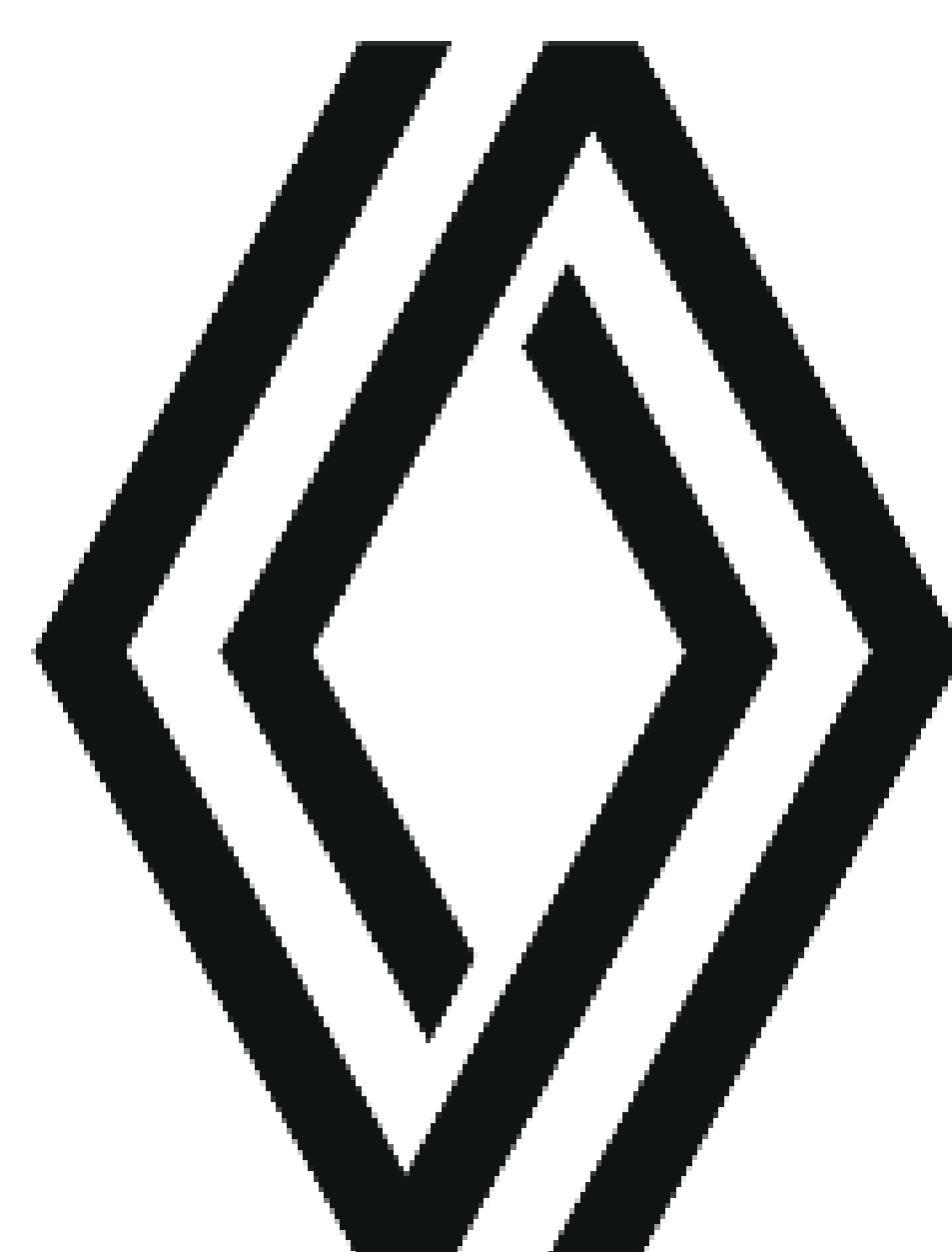
- Karl Birkenstock, descendiente del fundador de la histórica marca alemana, lanzó al mercado las sandalias Arizona en 1973.
- La influencia de estas sandalias quedó reflejada hace poco en la película *Barbie*. Se instaba a la muñeca (Margot Robbie) a elegir entre “volver a su vida normal”, representada por los zapatos de tacón, o “conocer la verdad del universo”, simbolizada en unas Arizona.



CHANCLAS, HAVALANAS

- La empresa fue fundada por el inmigrante escocés Robert Fraser y las creó inspirándose en las sandalias japonesas *zori*.
- En los años 60, eran un zapato práctico usado por la clase trabajadora. Solo se fabricaban en un diseño azul y blanco.
- Su característica es el patrón de granos de arroz grabado en la suela.





RENAULT 4, E-TECH ELÉCTRICO

150 CV - 110 kW

hasta 409 km de autonomía⁽¹⁾
Google integrado⁽²⁾ y más de 100 apps⁽³⁾
volumen del maletero de 420 L a 1.405 L⁽⁴⁾ y respaldo del asiento delantero abatible

descúbrelo





(1) según datos wltp. (2) Google, Google Play, Android Auto, Google Maps y otras marcas son marcas comerciales de Google LLC. (3) dependiendo del país. (4) con el respaldo del asiento trasero abatido. medido en litros líquidos; 1.149 dm³ según norma VDA. consumo mixto m/n/máx wltp (kWh/100 km)*: 14,7-15,6. emisiones wltp CO₂ (g/km)*: 0 *según datos wltp.

renault.es

BCN24 | **Copa América**
37^a AC | XXXVII Copa América Barcelona

6 DÍAS/ 6 LOOKS

Es tiempo de vuelta al trabajo y a los mil planes. Te proponemos un look para cada día, de la mañana a la noche.



1

UN CÓCTEL DE TARDE

Vestido camisero tulipanes, Woman Limited El Corte Inglés (190 €). Bolso shopper de piel con fruncido, Latouche El Corte Inglés (130 €). Zapatos de tacón abiertos en el talón, Tintoretto El Corte Inglés (69 €).



2

SÁBADO DE SHOPPING

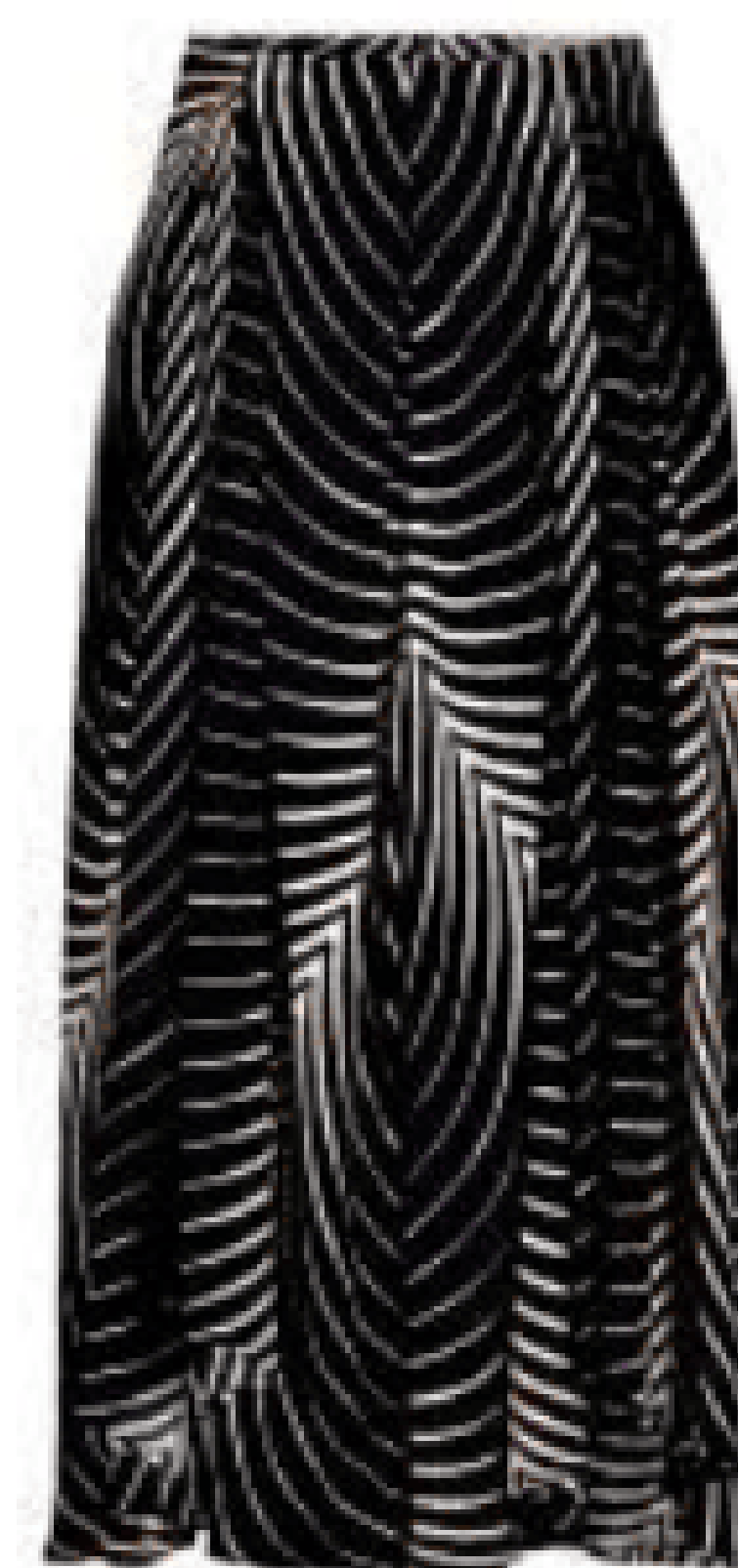
Sobrecamisa mostaza con bolsillos, Lloyd's El Corte Inglés (200 €). Falda a juego midi, Lloyd's El Corte Inglés (250 €). Mini bolso trenzado en piel, Stella Rittwagen El Corte Inglés (110 €). Mocasines planos con manchas animales, Tintoretto El Corte Inglés (79 €).



3

COMIDA DE TRABAJO

Blusa camisera estampada, Woman Limited El Corte Inglés (110 €). Falda midi estampada, Woman Limited El Corte Inglés (130 €). Bolso góndola con efecto piel, Tintoretto El Corte Inglés (69 €). Salón negro, Latouche El Corte Inglés (99 €).



4 CÓMODA EN LA OFICINA



Jersey liso con cuello pico de mujer, Woman El Corte Inglés (129 €). Falda de punto con estampado de cuadros, Woman Limited El Corte Inglés (130€). Bolso shopper reversible bicolor con neceser, Tintoretto El Corte Inglés (59 €). Zapatos planos con pulsera, Latouche El Corte Inglés (79 €).



5 BOHO CHIC Y AMIGAS

Casi todos los colores del otoño y sus frutos. Cazadora de napa, Woman El Corte Inglés (200 €). Vestido con estampado Art Nouveau, Lloyd's El Corte Inglés (140 €). Bota campera con bordados, Tintoretto El Corte Inglés (120 €). Bolso Crossbody abanico con doble asa, Latouche El Corte Inglés (99 €).

6

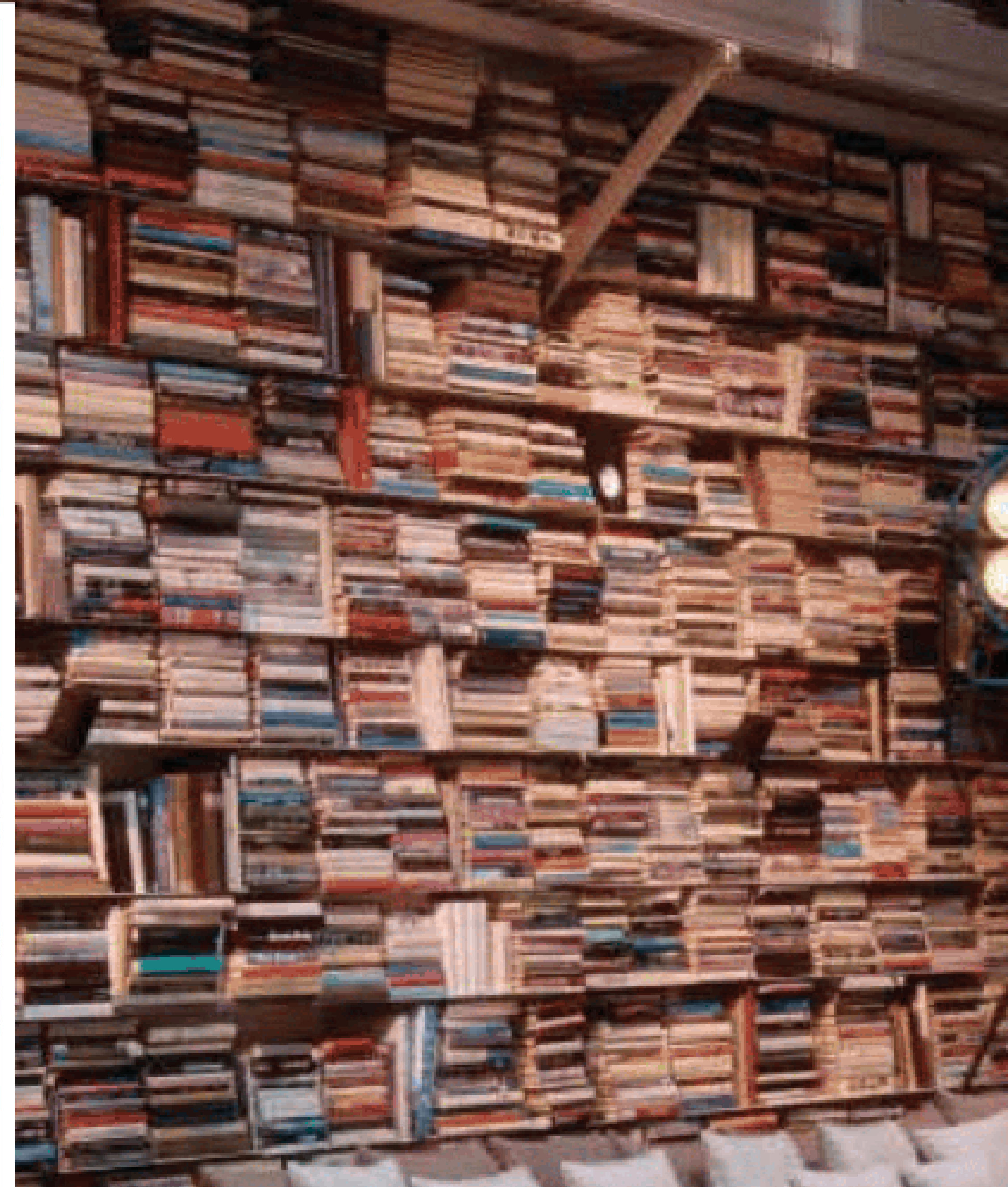
AL CAMPO CON ESTILO

Blazer de lana con detalles en terciopelo, Lloyd's El Corte Inglés (180 €). Chaleco a juego, Lloyd's El Corte Inglés (99,99 €). Pantalón beige de algodón, Lloyd's El Corte Inglés (79,99 €). Bolso bandolera de piel Latouche El Corte Inglés (89 €). Mocasines con borla, Tintoretto El Corte Inglés (79 €).

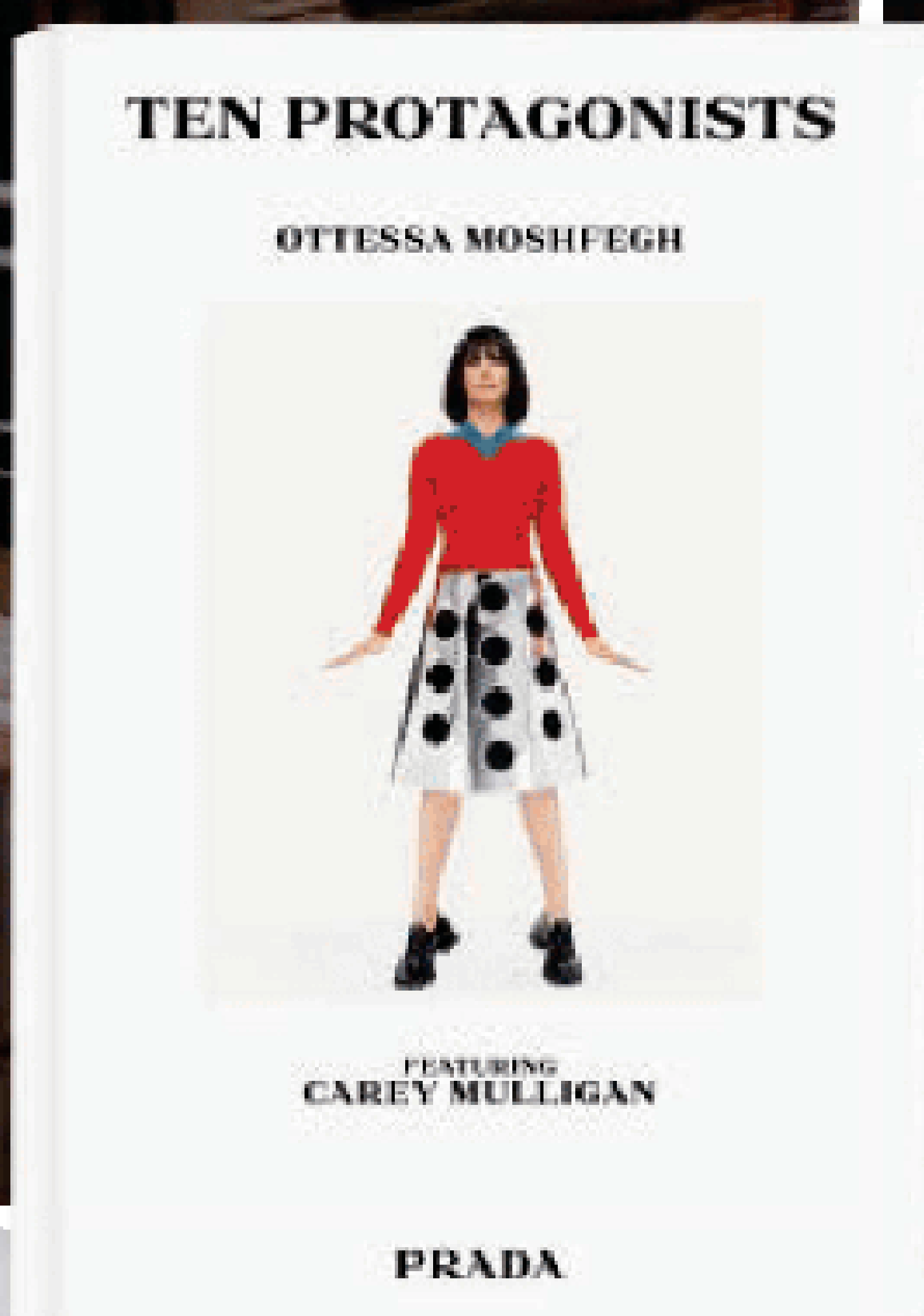




Un icono de la firma, el Book Tote de Dior, se reinventa por el nuevo director creativo J. W Anderson a través de portadas de libros.



La librería 7L que Lagerfeld abrió en París en 1999 y donde Charlotte Casiraghi ejerce de maestra de ceremonias. Abajo, libro editado por Prada, *Ten Protagonists*, escrito por Ottesa Moshfegh con fotografías de Steven Meisel.



TODO ESTÁ EN LOS LIBROS

—Laura G. del Río.

La moda ha coqueteado con el arte en general y con la literatura en particular desde siempre. Ahí estaban Coco Chanel y Pierre Reverdy compartiendo manuscritos o *Arethusa*, el poemario de Schiaparelli que la italiana entretrejió en sus colecciones. Como musa, la literatura siempre ha sido sugerente entre patrones y costuras. De McQueen inspirándose en *El resplandor* para la colección de O/I 1999 a Kim Jones citando *En la carretera* en el O/I 2022 de Dior Homme. En el O/I 2024 de Thom Browne las referencias a *El cuervo* de Poe eran tan directas que la banda sonora del desfile fue la voz de Carrie Coon leyendo sus versos. Y luego está *Orlando*, de Wolf, probablemente la novela que más desfiles ha espoleado: el O/I 2007 de Ann Demeulemeester, el de 2016 de Burberry, el debut de Kim Jones en Fendi en 2021. La campaña de Celine de 2015 con Joan Didion que hizo correr ríos de tinta y el debut de Virginie Viard en Chanel en 2019, para el que convirtió el Grand Palais en una biblioteca, un guiño a la favorita de Karl en París, Galignani.



Bienvenidos a la era de la “it girl” literaria

Estilista de libros. No es un concepto del que uno se imagina escribiendo en un medio serio. Pero *The New York Times* y el director de marketing de Valentino, Yigit Turhan –el mismo que urdió la campaña con la que en 2021 la enseña ‘empapeló’ las redes con textos de nueve autores: de un poema de Ocean Vuong a un microrrelato de Elif Shafak–, lo confirman: es real. Y muy solicitado. Al parecer, celebrities e influencers recurren a sus servicios para que seleccione el material literario con el que ataviar su imagen pública. Porque hoy dejarse ver con el libro adecuado no dista tanto de colgarse el *it bag* de turno al hombro. Al caso, *@coolgirlsreadingbook*, la cuenta de Instagram con casi cincuenta mil seguidores que documenta las elecciones literarias de famosos con estilo. Ahí están Kaia Gerber pasando las páginas de *Travesuras de la niña mala* de Vargas Llosas, Gigi Hadid paseando *El extranjero* de Camus por las calles de Milán o Kendall Jenner en un yate de 60 metros de eslora con una copia llena de post-its de *Tonight I'm someone else*, la colección de ensayos de Chelsea Hodson. A estas alturas nos hemos acostumbrado a ver las recomendaciones bibliópolas de los influyentes y famosos. Empezó Oprah en 1996 con un segmento mensual en su programa. *Le Club*, ahora online, sigue activo, por cierto, y a cierre de esta edición va por su 116ª recomendación: *Culpability*, de Bruce Holsinger. Florence Welch estrenó el suyo, *Between two books*, en 2012. Emma Roberts y su amiga Karah Preiss fundaron *Belletrist*. “Quiero hacer por los libros lo que Kylie Jenner ha hecho por los labiales”, le dijo Roberts a la escritora Ariel Levy en uno de los encuentros del grupo, en la librería neoyorquina The Strand (la misma con la que Bottega Veneta lanzó una cápsula en 2022). Hoy no hay celebridad que se precie sin una cofradía literaria. En una sociedad que sigue mirando de reojo la posibilidad de que una mujer conjugue belleza y cerebro, los libros son la punta de lanza de una prerrogativa que sorprende que aún sorprenda. Véase a Amanda Gorman, que lo mismo posa en el calendario Pirelli y protagoniza una campaña de Prada que se convierte en la Primera Poeta Nacional Juvenil Laureada de EE.UU., hace llorar a media nación leyendo su *The hill we climb* en la investidura de Biden y funda un premio homónimo con Penguin Random House. Ya no basta con que solo te importe la moda, hay apetito por un enfoque más interdisciplinar hacia la cultura. Los escarceos de moda y li-

teratura vienen de largo, pero de un tiempo a esta parte han escalado a dimensiones de romance austeniano. En el último año y medio Saint Laurent ha abierto su propia galería/librería en París, *Babylone*, y Valentino ha anunciado una colaboración con el Premio Booker. Prada ha editado *Ten Protagonists*, 54 páginas de historias cortas que comisionó a Otessa Moshfeg, inspiradas en los personajes que Carey Mulligan interpretó en la campaña de P/V 2025 de la italiana. Tiffany & Co ha lanzado una campaña con citas de Platón. Jonathan W. Anderson se ha estrenado en Dior revisitando el *Book Tote* con las portadas de los clásicos que le han inspirado –empezando por *Dracula* y *Las amistades peligrosas* y siguiendo por las memorias de Monsieur Dior–. Y, junto a su propio club literario, *A Woman's Education*, Miu Miu ha lanzado una serie de quioscos efímeros donde echarle mano a una copia de *Una mujer* de Sibilla Alcamo, *Las inseparables* de Simone de Beauvoir, *El cuaderno prohibido* de Alba de Céspedes, *Los años de espera* de Fumiko Enchi (todos feministas, todos seleccionados por Miuccia). Y funciona: los analistas de Launchmetrics cifraban el impacto mediático del proyecto de Miu Miu en tres cuartos de millón de euros. Ese mismo mes, la enseña se coronaba como la más popular del mundo en el Índice Lyst. Casualidad o no, el año pasado las ventas de libros físicos subieron por primera vez desde 2021. Solo en EE.UU. se vendieron 782,7 millones de ejemplares, un 10% más que antes de la pandemia. Y parte del subidón viene espolcado por la Gen Z, según un informe de Pew Research, la hornada que más libros consume. Ahí están los 79 billones de visualizaciones del hashtag *#BookTok* y los 119 millones de publicaciones de *#Bookstagram* para confirmar su tirón viral. En la hiperrealidad en la que vivimos, las marcas necesitan ir más allá del producto y la campaña, y conectar con un *zeitgeist* que es cada vez menos adquisitivo y más experiencial para mantener la relevancia. Más que mero marketing, es un reposicionamiento del lujo. **T**



Modelo desfilando durante la alta costura de Chanel en 2018 donde la firma recreó un escenario con los vendedores de libros antiguos (*bouquinistes*) a orillas del Sena.





La famosa escena de la playa de la película *De aquí a la eternidad* (1953) con Burt Lancaster y Deborah Kerr.

DE AQUÍ A LA ETERNIDAD

Si George Harrison siguiera con Pattie Boyd o Sofía Coppola con Spike Jonze es porque su amor sería eterno y seguramente llevarían LA PULSERA LOVE de Cartier. Diseñada en 1969, exigía contar con otra persona (destornillador en mano) para cerrarla. En pleno s. XXI pide una nueva versión, y la flexibilidad y apertura están entre sus valores.

—Marta de la Calzada.

LOVE, LOVE, LOVE...

Ergonómica cinta de oro formada por 200 piezas miniaturizadas en oro rosa. Esta nueva versión flexible ha requerido más de cien pruebas y prototipos por parte de la manufactura y los estudios de diseño hasta el resultado final a base de eslabones marcados por los característicos tornillos, pulidos a mano para acentuar el efecto luminoso.



Aldo Cipullo
en 1981.

ESTABAN ÉLY WARIOL

En el Nueva York de los 70 el ilustrador Antonio Lopez revolucionaba la moda, Andy Warhol y su estudio The Factory se consolidaban como epicentro cultural y un diseñador de joyas italiano, **Aldo Cipullo**, creaba para Cartier uno de los símbolos de compromiso más reconocibles desde entonces, la pulsera Love. Según relata el libro *Cipullo: Making Jewelry Modern*, de Vivienne Becker, la inspiración le llegaría a Aldo durante una madrugada de insomnio tras una ruptura amorosa.



La imagen muestra el juego entre la verticalidad de los *godrons* y la redondez de los tornillos. El anillo también reproduce a pequeña escala los rasgos distintivos de la pulsera. Aquí, en oro amarillo.



Ni el personaje de Dakota Johnson en *Materialistas*, donde interpreta a una experimentada *matchmaker*, ni el estribillo de la canción *Talk Talk* de Charli XCX y Troye Sivan (*Talk to me in French / Talk to me in Spanish / Talk to me in your own made-up language*), quien más sabe hoy del lenguaje del amor se llama Marie-Laure Cérède y es la directora creativa de joyería y relojes de Cartier. En la *maison* desde 2016, acaba de redefinir los códigos de cómo sería un vínculo sólido en 2025, y el discurso lo ha resumido en una pulsera. “LOVE Unlimited no es tanto una joya como un objeto de diseño”, puntualiza. “Su significado es más importante que el diseño, cuando hay que entender el profundo valor de la pieza antes de dibujarla”. En 1969, el diseñador italiano Aldo Cipullo “atornillaba” los compromisos entre dos personas con una pulsera de oro cuyo mecanismo solo se podía abrir con un pequeño destornillador que se incluía en esa caja roja de herramientas dispuesta en la salud, el amor y alguna avería. Rígida, unisex, con los tornillos a la vista (como en el reloj *Santos*, cuyo esqueleto da la cara desde 1904) era bautizada sin rodeos: LOVE. Selló el amor de Sofia Loren y de Carlo Ponti, de Ali McGraw y Steve McQueen, el de Meghan y Harry... Han pasado más de cinco décadas, la manera de entender el amor evoluciona y alguien tenía que recoger los nuevos modos de querer. En esta flexibilidad es donde entra la mano de Cérède, ideando otro AMOR, que no desplaza ni erradica, solo suma. Más que de amor, este esperado lanzamiento, LOVE Unlimited,

UN DISEÑO UNISEX

La joya compartía la intención de las joyas de luto victorianas del siglo XIX, en las que se guardaban mechones de pelo y mensajes grabados para los seres queridos en medallones.

Se trataba de un **diseño unisex**, como dejaba claro su primera campaña publicitaria, una tendencia social surgida precisamente a partir de la década de 1960. Elizabeth Taylor (lució una en la película *Salvaje y peligrosa*) y la duquesa de Windsor fueron de las primeras mujeres en entender esta manera de simbolizar el romanticismo en el s. XX.



hablaría por tanto de convivencia. Si en 2006 *The New York Times* titulaba un artículo sobre el modelo original con un *Prisoner of love*, los titulares que arroja la noticia de la aparición del nuevo icono se acrean más al amor propio y la autosuficiencia: la manera de conectar con la otra persona es a través de su cierre, al que añadiríamos otra pulsera, fácil de poner y quitar. “Desde hace tres años llevamos trabajando en el proyecto, lo teníamos claro en nuestras cabezas y sobre los bocetos, pero ¿cómo materializarlo? Diseñar también implica abordar soluciones técnicas”, explica Marie-Laure. “Pensé en una segunda piel fabricada a base de eslabones miniaturizados, que se pueda unir a otra pulsera pareja, o crear una línea hasta el infinito. Cuando formas parte de Cartier no puedes plantearte elegir entre pasado o futuro, hay un flirteo entre ambos”. Así es como hablan quienes manejan el vocabulario del amor. **T**

Jean Schlumberger en la foto, en su casa de Nueva York, un dwelling de madera en el Upper East Side que todavía se conserva.



ADORABLES CRIATURAS



UN DIBUJANTE EXTRAORDINARIO

Cada joya de **Jean Schlumberger** comenzaba con un boceto realizado con tinta india sobre papel cebolla ultrafino donde aplicaba la técnica del *guache* con líneas continuas y fluidas. Su casa de Bisdary, en la isla caribeña de Guadalupe, era una constante inspiración. Decoró sus pabellones con instrumentos musicales chinos, batiks azules de Java y Hong Kong, y armarios de fabricación local, pintados en tonos azules como las casas de los pescadores. En este refugio junto al mar pasaba dibujando dos meses al año y cada día decoraba la mesa con flores de hibisco, hojas de palmera y porcelana azul y blanca.

Iluminada por el genio creativo del primer diseñador con nombre propio de Tiffany & Co, JEAN SCHLUMBERGER, la actual directora creativa Nathalie Verdeille presenta la colección *Wings*, que celebra los 60 años del mítico broche *Bird on a Rock*.

—Elena Flor.



A algunas mujeres les gusta parecer caras, yo prefiero mostrarlas preciosas”, decía el diseñador de joyas Jean Schlumberger (Alsacia 1907-París 1987) en 1956. En realidad sus clientas eran las dos cosas, al menos en lo que se refiere a las joyas. 1956 fue precisamente el año en que Walter Hoving, presidente de Tiffany & Co. le fichó como vicepresidente y diseñador, el primero con su propio nombre en la firma creada en 1837. Reservó para él un amplio y luminoso estudio en la primera planta de la emblemática sede de la joyería en la 5th Avenue de Nueva York, donde recibía a sus clientas y amigas de la alta sociedad, como Babe Paley, Bunny Mellon, Diana Vreeland, Liz Taylor, Jacqueline Kennedy y su hermana Lee Radziwill, la duquesa de Kent... para las que diseñaba espectaculares piezas por encargo en las que desarrollaba toda su imaginación, con motivos geométricos cercanos a la escultura o con formas orgánicas inspiradas en la naturaleza, como medusas, cacaúas, caballitos de mar... Podía además disponer de piedras preciosas únicas llegadas de todo el mundo, que luego tallaban y engarzaban los diestros artesanos joyeros de Tiffany siguiendo sus meticulosos diseños. “Intento que todo parezca como si estuviera creciendo, de forma irregular, aleatoria, orgánica, en movimiento. Quiero capturar la irregularidad del universo”, decía.

Como en una crónica de Dorothy Parker o Truman Capote, sus clientas salían de almorzar en el hotel Plaza para charlar con Schlumberger de la fabulosa pieza que llevarían en la próxima fiesta y que encajaría a la perfección con su vestido de Balenciaga, Givenchy, Valentino o Halston.

En 1961 Audrey Hepburn colapsó las portadas de las revistas de todo el mundo al lucir el icónico Diamante Tiffany en el collar *Ribbon Rossette* que diseñó Schlumberger para la promoción de la película *Desayuno*

con Diamantes (Breakfast in Tiffany's en su título original, basado en una novela del propio Capote).

El escritor y el joyero frecuentaban los mismos círculos, aunque no se conoce que fueran amigos. Sí lo era de Bunny Mellon, una de las *cisnes* de Capote y de las primeras que lució en 1965 el famoso broche *Bird on the Rock*, inspirado en una cacaúa amarilla. Esta pieza es todo un símbolo del trabajo manual de Tiffany y sus artesanos. Mellon también coleccionaba, por ejemplo, sus pulseras *Croisillon*, presentadas en 1962, que recuperan la técnica centenaria del esmalte vidriado o *paillonné* sobre oro amarillo que permite crear coloridos únicos. Los dos compartían la pasión por la horticultura (Mellon diseñó para los Kennedy el actual *Rose Garden* de la Casa Blanca que ahora Trump ha modificado) y se visitaban en sus respectivas casas caribeñas, ella en Antigua y él en la isla de Guadalupe, que compartía con su pareja, el fotógrafo y diseñador de libros Lucien Bouchage.

Cuando comenzó a trabajar para Tiffany, Schlumberger ya tenía 50 años y una sólida carrera a sus espaldas. Nacido en una acomodada familia de fabricantes textiles de Alsacia, en Francia, la modista Elsa Schiaparelli le contrató para dirigir las colecciones de botones y bisutería donde destacó por su imaginación y colorido. Tras luchar en el ejército francés durante la Segunda Guerra Mundial, abrió una galería de arte en Nueva York, trabajó como diseñador de moda en Chez Ninon y abrió una tienda de joyería con su amigo de la niñez Nicolas Bongard. Schlumberger frecuentó los círculos surrealistas de París y fue amigo de Gala y Dalí, a los que visitó en su casa de Port Lligat.

Para Nathalie Verdeille, directora creativa de Tiffany desde 2021, Schlumberger “estaba impregnado de la cultura europea y además viajó mucho, por Tailandia, Bali, India, el Caribe... se ins-

piró en la flora y fauna tropical de distintos países”.

El trabajo de Schlumberger es el origen de las espectaculares colecciones *Blue Book* de alta joyería que ha presentado Nathalie Verdeille en los últimos años. Con la gemóloga jefe de la firma, Victoria Reynolds, viajan juntas por todo el mundo para buscar las mejores gemas. Así, han reinventado el *Bird on a rock* con cálidos zafiros Padparadscha, alejandritas, turmalinas, espinelas, granates demantoides, kunzitas... todas de gran tamaño.

Con ocasión del 60 aniversario de este broche, Verdeille ha lanzado la colección *Bird on a Rock by Tiffany 2025* tanto de alta joyería como, por primera vez, de joyería fina, con colgantes, collares, anillos, pendientes y broches. La han llamado *Wings* porque, en ella, la emblemática cacaúa cobra vida y aparece representada en pleno vuelo. “Estudiamos las aves, tal y como hizo Jean Schlumberger, observando cuidadosamente sus posturas, su plumaje y la estructura de sus alas, con el fin de crear formas dinámicas que parecen revolotear y posarse sobre quien las lleva”, explica Nathalie Verdeille. “Para la colección de joyería fina, observamos este pájaro desde otra perspectiva, reduciéndolo a su esencia -sus alas- y estilizando el motivo en patrones elegantes y abstractos”.

La colección incluye un excepcional collar de tanzanitas, una gema tradicional de Tiffany & Co desde 1968, y un segundo collar que rinde homenaje a la turquesa, una gema que Jean Schlumberger utilizó, a menudo uniéndola con diamantes. En este collar, un pájaro de diamantes parece agarrar hilos de turquesas cabujón, acentuadas con plumas de oro y diamantes. La pieza culmina en una espectacular gota de turquesa cabujón. El conjunto también incluye un colgante, un broche y un anillo, cada uno de los cuales evoca al pájaro con formas inesperadas. **T**

*“Hemos estudiado las aves observando cuidadosamente sus posturas, su plumaje y la estructura de sus alas, con el fin de crear piezas con formas dinámicas que parecen revolotear y posarse sobre quien las lleva”
(Nathalie Verdeille, directora creativa de Tiffany & Co)*



Boceto del broche *Bird on a Rock* (2023) con el Diamante Tiffany engarzado con motivo de la reinauguración de la tienda de la 5ª Avenida de NY.



EL DIAMANTE RÉCORD



El Diamante Tiffany es uno de los de color amarillo de mayor tamaño del mundo, con 2,5 cm de ancho y 128 quilates. Procedente de Sudáfrica, lo adquirió en 1878 Charles Lewis Tiffany, el fundador de Tiffany & Co. Desde entonces se ha engarzado en

5 ocasiones: en 1957, en un collar estilo riviére de 64 diamantes, suspendido en un colgante de 20 diamantes. En 1961, Audrey Hepburn lo lució en el collar *Ribbon Rosette* de Jean Schlumberger para promocionar *Desayuno con diamantes*.

En 1995, en el broche *Bird on a Rock* para la retrospectiva de Jean Schlumberger, en el Musée des Arts Décoratifs de París. En 2012, se colocó en un collar de diamantes de más de 100 quilates para conmemorar el 175.º aniversario de Tiffany, y en 2023 se engarzó en el broche de la colección *Bird on a Rock*, con 1.220 diamantes redondos brillantes y 35 diamantes ovalados y 10 zafiros rosas.

Además de Hepburn, lo han llevado solo cuatro mujeres: la dama E. Sheldon Whitehouse, en un baile benéfico que la firma de joyería celebró en 1957; Lady Gaga, Beyoncé y la actriz Gal Gadot.



Las tres piezas pertenecen a la nueva colección de alta joyería *Bird on a Rock* by Tiffany de 2025 de oro y diamantes, diseñados por Nathalie Verdeille con especial atención al vuelo de las aves. Los pendientes y el collar llevan tanzanitas.

“ME GUSTA VIVIR COMO UN MONJE”

Cada vez trabaja más en Emiratos Árabes y Arabia Saudí, y disfruta muchísimo con la rehabilitación, dando una nueva vida al rico patrimonio cultural español. Pero si por algo es conocido el arquitecto RAMÓN ESTEVE es por sus maravillosas casas unifamiliares, como grandes cubos minimalistas asomados al Mediterráneo y a piscinas infinitas.

—Elena Flor. Retrato: Jonathan Segade.

Confiesa que tiene 35 proyectos en marcha (y en la cabeza) y que se siente en su mejor momento profesional. Con estudios abiertos en Valencia y Madrid, Ramón Esteve (Onteniente, Valencia, 1964) afronta la internacionalización como un paso más en su carrera, que asume con toda la calma posible. “Me gusta esta vida. Tengo mis ritmos, mis tiempos. Hay momentos de muchísimo trabajo, con mucha intensidad, y otros más relajados para poder pensar”.

¿Considera que tiene un estilo propio y reconocible?

Intento que cada proyecto tenga su identidad. Obviamente hay un hilo conductor, porque el autor es el mismo, pero no estoy obsesionado con que se reconozca la autoría, más bien que tenga un lenguaje relativamente anónimo y la oportunidad de crear un espacio distinto.

¿Hasta qué punto sus casas están vinculadas con el lugar en que se construyen?

Totalmente. Mi arquitectura está muy influida por la cultura contemporánea, por los grandes nombres como Lloyd Wright, Van der Rohe, Le Corbusier o Louis Khan. Pero la materialidad es muy importante para mí. Cuando he diseñado estas casas intentaba reproducir la atmósfera que se siente en una masía, y la referencia es esa arquitectura vernácula mediterránea, con nombres como Josep Lluís Sert o José Antonio Coderch. También la artesanía. Y de los arquitectos nórdicos he aprendido que dan mucho valor a la escala humana y a que la casa refleje la cultura local.

En algunas obras, como la casa Paz y Comedias, emplea en la construcción la propia roca extraída de la cimentación.

Sí, lo he hecho en varias. Hay quien piensa que la arqui-

tectura es como un coche que se va a comportar igual si está aparcado en Alemania o en Marruecos. Pero no es así. La arquitectura nace del sitio y tiene que conectar con el sitio de una forma física y cultural.

Esos espacios enormes, tan abiertos ¿son el mejor lugar para ser feliz?

Es todo lo contrario de lo que parece (ríe).

Yo diseño desde lo general hasta lo particular, mis casas son súper cálidas porque todo está en consonancia, resuena y funciona como una melodía que te envuelve. Creo que la más desnuda es la mía en el campo (Refugio en La Viña) porque me gusta vivir como un monje, pero con los clientes se habla mucho y se llega a un nivel de detalle que no creerías, alguna está hecha a la medida de una colección de arte. De hecho, comencé a diseñar muebles porque hice los de una de mis primeras casas, en Ibiza, y ya quedó como una marca, Na Xemena.

Esta casa, de 2003, marcó un hito. Desde entonces ha diseñado todo tipo de muebles para firmas como Vibia, Vondom, Gandía Blasco o Porcelanosa. Otra línea de trabajo es la institucional, como el Centro de investigación Príncipe Felipe (Valencia, 2004), el hotel NH Palacio de Tepa (Madrid, 2010), el nuevo Hospital La Fe (Valencia, 2011), la Universidad Europea en el campus del Turia (2024, en un edificio de 1873), la rehabilitación de Bombas Gens (Valencia, 2018) o la Jubail Island (Abu Dhabi, 2019).

A los 60 años afirma estar en su mejor momento, más seguro aún de su vocación que cuando de niño acompañaba a su padre a visitar talleres de artesanos para aprender los procesos de construcción.

Conocer los procesos me dio algunas ventajas, y aún a veces, cuando tengo un problema, voy directamente a hablar con el carpintero o el oficio que sea, saltándome al jefe de la obra (se ríe). Quiero hablar y tocar la materia.

¿Proyectar una casa es lo que más le gusta hacer?

Me gustan los retos, al final la arquitectura es una filosofía de vida. Pero para hacer una buena casa hay que dedicarle muchísimo tiempo, hasta dos años, y yo con ese tiempo hago un hotel o una universidad, no resulta rentable. Ahora lo que más me gusta es el tema de patrimonio. Hemos ganado varios concursos como la reconstrucción del Monasterio de Santa Clara en Xàtiva, del siglo XIV, que alojará la Fundación Raimon i Annalisa.

Para Esteve la asignatura pendiente está en las ciudades. “Ves los barrios nuevos de Dinamarca o de Holanda y te dan ganas de sacarles fotos. Pero aquí la arquitectura de los nuevos barrios es muy fea. La normativa tiene gran parte de culpa, es muy limitante y te obliga a hacer prácticamente una caja con ventanas. Se habla mucho de sostenibilidad y eso está muy bien, pero que un edificio sea sostenible no significa que sea buena arquitectura”. Ahora pelea con la industrialización, proyectos a medida que se hacen en fábrica y se montan in situ, lo que permite ganar mucho tiempo. “Es el prêt-à-porter de la arquitectura, perfecto para las nuevas urbanizaciones. Pero aún le falta mucho para que alcance la calidad que nos gustaría”. **T**



REFUGIO EN LA VIÑA



LA PINADA

Este mes se publica el libro ***The Essence of Contemporary Mediterranean Living*** (Ed. Beta-Plus) que recoge algunas de las viviendas más emblemáticas de los más de 30 años de carrera de Ramón Esteve. El prólogo lo ha escrito el arquitecto finlandés Juhani Pallasmaa, autor de libros como *Los ojos de la piel*. “Para mi es un logro fantástico porque comparto sus ideas sobre una arquitectura pensada con los cinco sentidos, más allá de su aspecto visual. Esto te obliga a hablar con el cliente, conocer a la persona para poder hacer con mi arquitectura su hogar”.

“Hay quien piensa que la arquitectura es como un coche y se comporta igual si está aparcado en Alemania que en Marruecos. Pero no es así. Tiene que conectar con el sitio de una forma física y cultural”



Ramón Esteve



CASA SARDINERA

PREMIOS TELVA/ACTUALIDAD ECONÓMICA

LAS MEJORES EMPRESARIAS Y DIRECTIVAS DE LA RIOJA

Celebramos la Octava Edición de los premios TELVA/Actualidad Económica patrocinados por CaixaBank con la colaboración del Gobierno de La Rioja. En esta ocasión nuestro jurado de expertos ha galardonado a cuatro mujeres de la Comunidad Autónoma de La Rioja que han destacado como directivas y emprendedoras en diversos sectores de la región.

—Cristina Larraondo.

Son muchas las mujeres que dirigen empresas punteras en La Rioja y que emprenden en numerosos sectores del tejido empresarial de esta Comunidad Autónoma. Según datos de Emprende-Rioja, dos de cada tres emprendedores de la región son hombres, aunque en el 53% de las iniciativas consolidadas predominan las mujeres. Cuatro de ellas han sido premiadas por TELVA y Actualidad

Económica por un jurado de profesionales al que en esta ocasión se ha incorporado Fátima Báñez, presidenta de la Fundación CEOE. En esta edición los premios han recaído en dos mujeres que dirigen empresas emblemáticas como Cristina Forner, presidenta de Bodegas Marqués de Cáceres, y Silvia Hernández Bretón, directora general de Calzados Pitiños. Además, también han sido premiadas la dietista Marta Castroviejo y Erika Jiménez, Valeria Villamor y Raquel de Ángel, creadoras de Arco for Her.

UN JURADO DE PRESTIGIO



FOTO: JAVIER MARTÍNEZ

Fátima Báñez
Presidenta de la Fundación CEOE



María Benjumea,
Presidenta de Spain Startup.



Amparo Moraleda,
Miembro de los consejos de administración de CaixaBank, Airbus, Vodafone y Solvay.



Luis Carvajal,
Socio de Egon Zehnder.



Aurora Catá,
Presidenta de Barcelona Global.

Y 4 CATEGORÍAS

- Premio Mejor Trayectoria Empresarial.
- Premio Mejor Empresaria Innovadora.
- Premio Mejor Directiva.
- Premio al Impacto Social.



Marta Castroviejo
DOCTORA Y DIETISTA-NUTRICIONISTA

Esta profesional de la salud y apasionada del deporte es especialista en salud hormonal y alimentación para la mujer activa. En su consulta y a través de la divulgación, ayuda a mejorar la calidad de vida de las mujeres para que disfruten de una vida sana, activa y feliz.



Silvia Hernández Bretón
DIRECTORA GENERAL DE CALZADOS PITILLOS

Hija del fundador de la firma de calzado *made in Spain*, Hernández ha impulsado la renovación de la imagen y la expansión de esta empresa creada en Arnedo en 1981. Sus señas de identidad: producción artesanal, comodidad, calidad y buen precio.



Cristina Forner
**PRESIDENTA
DE MARQUÉS DE CÁCERES**

Nacida y educada en Francia, y presidenta de la bodega familiar desde 2007, le gusta decir que “somos una bodega familiar con un ADN de resiliencia, esfuerzo y compromiso: innovadores desde nuestros orígenes en 1970 cuando la bodega revolucionó un estilo de vino tinto con más fruta”.



Erika Jiménez, Valeria Villamor y Raquel de Ángel
CREADORAS DE ARCO FOR HER

Este proyecto nació en un colegio de Logroño por iniciativa de estas tres chicas y su profesor Carlos Lorente, con el objetivo crear una herramienta para mejorar la situación de las víctimas de violencia de género y prevenir la violencia sexual.



Tenemos que hablar de la cocaína

España es uno de los países del mundo donde más cocaína se consume. El porcentaje de población que la ha probado se ha triplicado. El periodista DAVID LÓPEZ CANALES se pregunta en su ensayo *¿Una rayita?*, por qué, a pesar de estos datos tan preocupantes, no se habla de ello.

—César Suárez. Foto: Uxío da Vila.

El pasado 12 de marzo, miércoles, catorce contenedores procedentes de Guatemala desembarcaron en el puerto de Barcelona. La empresa que importaba su contenido había encargado 500 balas de cartón para reciclar con un peso total de 335 toneladas. Los agentes del servicio de Vigilancia Aduanera sospecharon de la mercancía y detuvieron algunos camiones que salían del puerto. Cuando retiraron capa por capa uno de los rulos de 670 kilos de cartón empaquetado, encontraron 18 pastillas de cocaína minuciosamente escondidas. Revisaron el resto de los camiones y siguieron algunos hasta una nave en un pueblo de Madrid. En ese macrocargamento iban camuflados 1.200 kilos de cocaína, distribuidos en 60 de las 500 balas de cartón. Se trata de la mayor incautación de

cocaína que se ha producido en Madrid en los últimos 20 años. Unos días después de esta operación, la Guardia Civil junto con fuerzas de seguridad internacionales interceptaron al sur de las islas Azores un narcosubmarino que se dirigía a la península Ibérica con más de 6.500 kilos de cocaína. En octubre de 2024, la Policía Nacional incautó en el puerto de Algeciras un contenedor de plátanos procedente de Ecuador con más de 13.000 kilos de cocaína ocultos en su interior. Noticias como estas se producen cada vez con más frecuencia, lo que da una idea del nuevo auge del consumo de cocaína en los últimos años. Se estima que en 2023 la producción mundial de cocaína alcanzó casi las 3.000 toneladas, el triple que hace diez años. Aunque las autoridades están interceptando más droga que nunca, una gran cantidad sigue llegando al

SCALPERS

DISCOVER THE NEW COLLECTION

Shop online at scalperscompany.com and follow us on [@scalperscompany](https://www.instagram.com/scalperscompany).



“En Europa, el consumo medio de cocaína es del uno por ciento de la población. En España, la media es más del doble y se dispara hasta el quíntuple entre los 35 y 45 años, los mayores consumidores, unos 400.000 adultos”

mercado. Los estudios apuntan a que la cocaína capturada supone aproximadamente entre un 10 y un 25 por ciento de la traficada, con lo cual entre 3 y 9 kilos llegarían al mercado por cada uno que se incauta.

El negocio de la droga mueve anualmente más de cuatrocientos mil millones de euros al año. Es uno de los mayores mercados del mundo y un pilar del crimen organizado. Se estima que el tráfico de cocaína supone cerca de ciento cincuenta mil millones de esas ganancias. Un kilo de cocaína pura se cotiza aproximadamente entre 25.000 y 35.000 euros en Europa. A nivel callejero, el kilo cuesta entre 50.000 y 60.000 euros. Es decir, que solo esos 1.200 kilos capturados en el puerto de Barcelona podrían haber supuesto unos 72 millones de euros, más de un millón de dosis de un gramo, a unos 60 euros cada gramo.

El consumo de cocaína ha aumentado en los últimos años en todo el mundo, especialmente en Europa y en España. “De hecho, nuestro país es uno de los líderes del mundo en el consumo de cocaína”, dice el periodista David López Canales, autor del ensayo *¿Una rayita? Por qué en España se consume tanta cocaína y no se habla de ello*. “Figuramos entre los primeros puestos del ranking, junto a Estados Unidos, Inglaterra, Australia y Países Bajos. Dependiendo del estudio, en muchas ocasiones España ocupa el primer lugar. En Europa el consumo medio de cocaína es del uno por ciento de la población, el doble de la media mundial. Pero en la Europa occidental y central, uno de los mayores mercados, sube la cifra. En España la media es más del doble y se dispara hasta el quíntuple entre los 35 y los 45 años, los mayores consumidores (cuatrocientos mil adultos de esa edad). También somos líderes de la Unión Europea en cuanto a número de personas que buscan tratamiento por su adicción a la cocaína: cerca de diez mil nuevos pacientes cada año, casi el doble si contamos a los que vuelven tras una recaída”, afirma López Canales.

¿Por qué está la cocaína tan integrada en nuestro país? ¿Por qué su consumo ya no resulta extraordinario, e incluso en diversos círculos se da por normalizado? ¿Por qué, si se observa un histórico de cifras, su consumo se mantiene estable o como mucho sujeto a los ciclos económicos, igual que otros productos? ¿Por qué no saltan las alarmas sociales cuando los informes dicen que en España doce de cada cien personas han probado la cocaína, es decir, casi cuatro millones de la población? Estas son al-

gunas de las preguntas que López Canales pone de relieve en su investigación. Su libro hace hincapié en el aspecto sociológico de la cocaína, y en cuestiones alarmantes que parece que no acaban de alarmarnos, o al menos de alarmarnos lo suficiente como para provocar un debate político y social definitivo.

“La cocaína está desde hace años integrada en España. Su consumo ya no llama la atención. Aunque siga tomándose a escondidas, la *ceremonia* es parte de la atracción de su consumo. Ya no es la misma coca de la *beautiful people* y los *yuppies* de los años 80, ni la misma droga de las transgresiones, los rituales de paso o el morbo de lo clandestino. Es una sustancia con presencia frecuente en los momentos de ocio, sobre todo en un sector de población entre los 30 y los 50 años. También el perfil de consumidor ha cambiado en los últimos años. La coca ha traspasado generaciones y clases sociales. Ahora también la toma un fontanero, un médico, un albañil o un periodista. Ha perdido esa *etiqueta* de droga de clase alta, y en consecuencia ha ganado adeptos. Digamos que se ha democratizado. El único límite es el sueldo. Y ha sucedido, y sigue haciéndolo, en silencio. Sorprende lo presente que está, de la misma manera que choca que no se hable de ello”, dice López Canales.

Entre esos silencios, López Canales encuentra especialmente destacable el de los políticos. “En España la mayoría de las referencias políticas a la cocaína (y a las drogas) son iniciativas que preguntan por adicciones, accidentes y muertes o incautaciones. Generalmente, cuestiones que dirige un partido de la oposición al gobierno de turno y que este resuelve con los datos de las encuestas que se realizan en nuestro país o en la Unión Europea. Ninguno habla de ese largo y silencioso proceso de normalización, ni de los motivos del alto consumo, ni mucho menos de por qué España es uno de los países donde más cocaína se toma del mundo. La última vez que se hizo algo parecido en el Congreso fue en 2012, cuando se pidió al gobierno la valoración, no la explicación, de por qué España figuraba ya entonces, hace trece años, a la cabeza del consumo de cocaína y cannabis en la Unión Europea”, dice López Canales.

En febrero de este año, el delegado del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, Joan Ramón Villalbí, mostró en el Congreso su preocupación por el récord de producción de cocaína en Latinoamérica y la inundación de droga que está viviendo Europa, con especial incidencia en España. “La cocaína nos preocupa más que el consumo de cannabis, sobre todo fórmulas como el crack o la pasta base, que son muchísimo más adictivas y destructivas”, señaló Villalbí, subrayando el peligro añadido de los mayores niveles de pureza a precios muy

“Es la droga que mejor representa el ritmo acelerado, la obsesión por la producción máxima, la competitividad, y también la que más rápido ofrece la liberación del agotamiento y la evasión de la angustia”

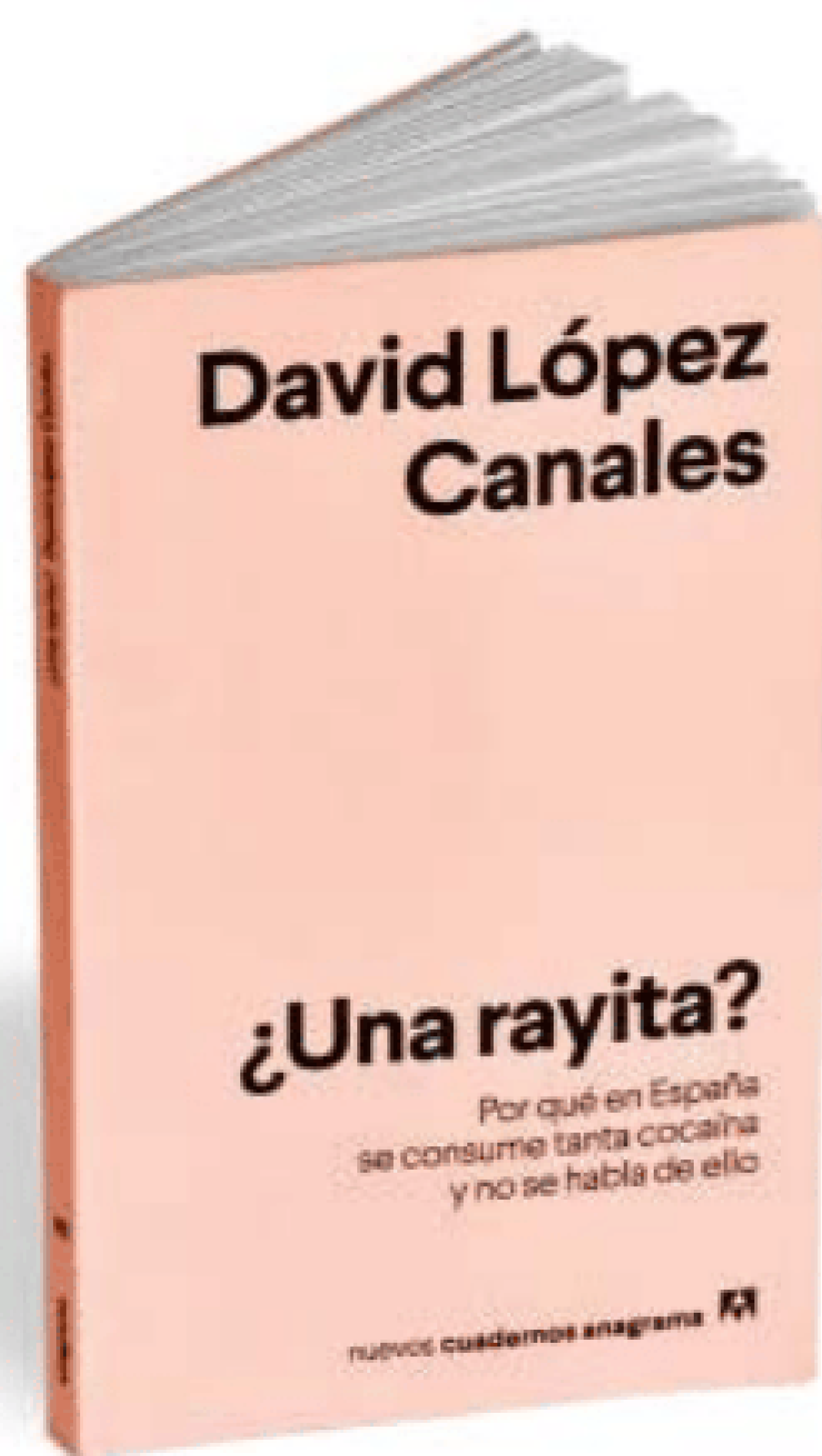
inferiores a los de tiempo atrás que estaba alcanzando la cocaína. Pero el debate, de momento, quedó ahí, en una gran preocupación expuesta ante una comisión parlamentaria. Unos meses antes de esta comparecencia, en noviembre de 2024, el ex senador Ramón Espinar creó cierto revuelo mediático, rápidamente disipado, cuando en un programa de televisión dijo que el consumo de drogas en el Congreso de los Diputados es más común de lo que se piensa, y sugirió realizar controles anónimos de drogas a todos los diputados y pruebas en los baños del Congreso. Estas declaraciones generaron polémica, aunque no se presentaron pruebas concretas ni se iniciaron investigaciones oficiales al respecto. En el Parlamento británico, un control así reveló en 2021 que había trazas de cocaína en once de los doce baños de Westminster, siendo uno de ellos el más próximo a la oficina del entonces primer ministro Boris Johnson. “Nunca se ha hecho un análisis así en el Congreso ni en el Senado, ni hay planes para hacerlo, como no se realiza ningún tipo de control antidroga a los trabajadores en España porque no es legal”, dice López Canales.

Entre las razones acerca de por qué somos uno de los países que más cocaína consume y por qué más gente ha probado la coca aquí más que en ningún otro lugar, el periodista cita el hecho de que España haya sido históricamente un puerto de entrada de la cocaína a Europa; de la llamada “prevalencia”; la disponibilidad; el bajo precio comparado con otros países; o el “estilo de vida mediterráneo” que fomenta ese consumo social que asocia la droga con la diversión colectiva. Según López Canales, nunca se había consumido tanta droga como hoy en día, sobre todo en los países occidentales. “La cocaína es otro producto hiperconsumido de la sociedad de hiperconsumo. Es la droga que

mejor representa el ritmo acelerado, la obsesión por la producción máxima, la competitividad, y también la que más rápido ofrece la evasión de la angustia, la que libera del agotamiento y promete un placer inmediato”.

El periodista subraya que es la propia imagen que tenemos de esta droga la que condiciona su consumo. Esa “normalización” es lo que la hace tan peligrosa. “La cocaína no es patrimonio del cine, la música, el glamur o la

vida salvaje, sino de la vida cotidiana, de historias de vidas ordinarias. El cambio de imagen contribuye también al cambio de su percepción social. En España teníamos la cocaína asociada a los artistas y a las élites. Desde hace dos o tres décadas se ha democratizado, pero a la vez mantiene ese relato aspiracional que la asocia al éxito y el prestigio. Más aún en un país como el nuestro, con complejo de clase y aspiración de escalar socialmente o de simularlo”.



Por qué en España se consume tanta cocaína y no se habla de ello, es el subtítulo del libro.

Para López Canales, una buena parte de la sociedad de hoy en día puede verse (metafóricamente) en una raya de cocaína, desde los combustibles con los que se elabora la pasta base a los estimulantes, analgésicos o antiparasitarios animales con los que se corta y adultera para maximizar el negocio. “En una raya de coca, cuando se observa con un objetivo más amplio, está también la

relación con el consumo de alcohol y con otras adicciones, con el consumo desorbitado de ansiolíticos e hipnosedantes (también en esto somos uno de los líderes mundiales); está el reflejo de muchos de nosotros, agotados y angustiados, buscando una felicidad difusa en el hedonismo y el placer inmediato. Es en este sentido en el que me pregunto por qué no hay un debate mucho más amplio y consecuente, no solo sobre el gran problema del aumento del consumo de cocaína, sino sobre por qué lo hacemos y por qué nos empeñamos en vivir esta carrera desenfrenada hacia el precipicio”.

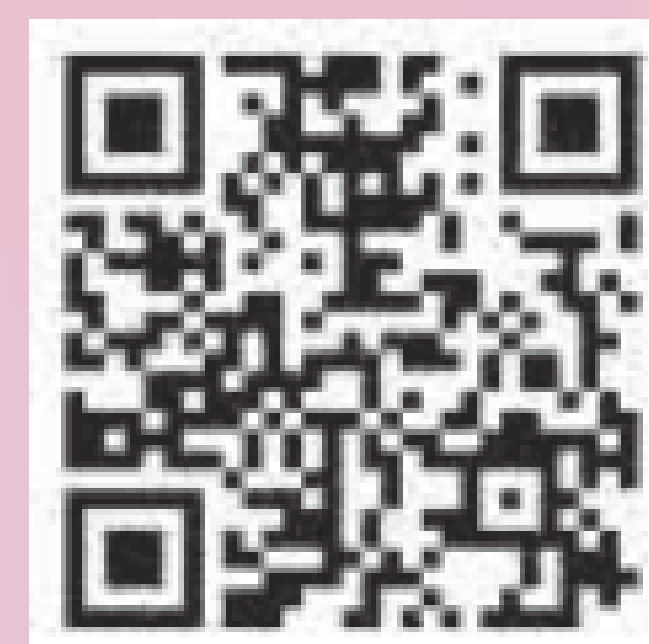
Ser una **lover** es estar donde suceden las cosas que importan.

Llega TELVA **LOVERS**, un universo exclusivo para quienes viven TELVA con pasión y quieren más inspiración, más novedades y más sorpresas.

Queremos cuidarte como nunca, así que permanece atenta a nuestros canales porque tendrás acceso a: sorteos, concursos, experiencias únicas, invitaciones a eventos, lanzamientos anticipados, promociones de tus marcas favoritas.

lovers.telva.com

TELVA
Participa. Gana. *lovers*



ENTREVISTA

cine

A sus 23 años recién cumplidos, la actriz que se dio a conocer en Disney Channel es la nueva musa de estilo gótico en Hollywood y la favorita de Tim Burton. **Jenna Ortega** dio el salto al gran éxito interpretando a la protagonista de la serie *Miércoles* en Netflix, la pequeña de la Familia Addams, junto a Catherine Zeta-Jones. Ahora que acaba de estrenarse la segunda temporada, la actriz, nueva embajadora de maquillaje de Dior Beauty nos habla del impacto de la fama, su relación con la cultura latina y su próximo papel en *Clara y el sol*, la adaptación de la novela de Kazuo Ishiguro.

“La ropa que llevo influye mucho en mi estado de ánimo y mi actitud para afrontar el día, igual que el maquillaje”





Jenna Ortega
lleva el nuevo labial,
Rouge Dior On Stage
222 Confident Nude.

“Hay aspectos de la popularidad que te hacen sentir como un animal enjaulado. Empiezas a desarrollar cierto nivel de paranoia y te cuesta confiar en quienes te rodean, lo cual es muy inquietante. Así que para mí es importante sentirme rodeada de gente que me quiere de verdad”

Un día me desperté y sentí que estaba en otro mundo", podríamos leer en alguna entrada reciente del diario de Jenna Ortega. La actriz estadounidense está más que acostumbrada a los sets de rodaje, pues lleva desde los 10 años metida prácticamente en uno. Sin embargo, sus papeles como estrella infantil de series de Disney (*Entre hermanos*, *Elena de Ávalor*) no le habían preparado para el éxito que supuso *Miércoles*, la ficción de Netflix sobre la macabra hija de la *Familia Addams*, estrenada a finales de 2022 y cuya segunda temporada acaba de ser lanzada en la plataforma. "En los últimos dos años he tenido un despertar personal, y creo que fue porque me vi en una posición a la que mucha gente no está acostumbrada, como es trabajar en este mundo en el que me muevo. Nunca antes había estado expuesta a nada parecido".

Jenna Ortega explica a TELVA hasta qué punto esta serie ha cambiado su vida. La ha convertido en un rostro familiar para millones de personas en todo el mundo y en embajadora de la *maison* Dior. "He vivido una gran experiencia de aprendizaje acerca de lo que me resulta más auténtico. También sobre cómo puedo seguir trabajando a este nivel y continuar haciendo lo que hago con la misma pasión y ambición", confiesa acerca del reciente acelerón en su carrera, jalonada con taquillazos del cine de terror como la quinta y sexta entrega de la saga *Scream*, así como en la actualización del icónico personaje de Tim Burton en *Bitelchús Bitelchús* (2024). "Ha sido un camino difícil, pero creo que poner el foco en la importancia de la autenticidad, en mi manera de hablar y de comportarme —independientemente de quién tenga delante o de cuáles sean las expectativas que genere— han sido las claves para mi desarrollo personal. Creo que ahora estoy más cerca de llegar a ser quien quiero ser y descubrir qué me interesa".

A la vez que no ha parado de trabajar con intensidad, a Jenna le ha dado también tiempo a explorar otros intereses, como "leer más, escuchar música más a menudo, y buscar espacios en los que sentirme segura. Siento que disfrutar de experiencias artísticas me educa y me nutre de modo muy diferente al que me había alimentado toda la vida. Eso es muy recon-

fortante para mí y es algo que necesito". Con apenas 23 años, Ortega (cuarta de seis hermanos en una familia mexicano-puertorriqueña de California), ha tenido que lidiar con la fama pasando por diferentes estadios y no siempre de manera satisfactoria. "Hay aspectos de todo esto que son alucinantes: haber hecho algo que llega a la gente a nivel internacional, ofrecerles algo que les encante, presentarles un personaje al que admirar o del que sacar inspiración...", enumera. "Es maravilloso, y estoy muy agradecida por haber formado parte de eso. Pero también hay otros aspectos en los que quizá te hacen sentir más como un animal enjaulado. Empiezas a desarrollar cierto nivel de paranoia y te cuesta confiar en quienes te rodean, lo cual es muy inquietante". Aun

"Cuando era niña,
mi princesa favorita era
Cenicienta. Recuerdo
que le pedí a mi madre
que me dejara teñirme
el pelo de rubio
para parecerme a ella.
Me dijo que no,
y me habló de otras
mujeres latinas a las que
podía admirar"

así, Jenna dice sentirse "muy afortunada" por tener una familia y unos amigos que le han ofrecido una comunidad y un espacio donde desarrollarse. "Ellos me han recordado lo importante que es pasar tiempo con la gente que amas y cuidar las relaciones. Todo lo demás, por muy grande o espectacular que sea, no es natural para la condición humana. Por eso intento no darle demasiado peso a algo que, quizás, es eso: antinatural".

Asegura la actriz que actualmente atraviesa una temporada en la que está reevaluando todo lo que le ha sucedido en tan poco tiempo, tratando de tomar distancia y centrarse en lo que realmente disfruta, que es preparar sus personajes e interpretar. "Entiendo que la popularidad, si queremos llamarlo así, conlleva ciertas cosas inevitables que forman par-

te del oficio. Siempre habrá partes de tu trabajo que no te gusten, pero no por ello puedo dejar de estar agradecida por dedicarme a lo que amo y a lo que me imagino haciendo en el futuro. Así que a veces esos sacrificios son necesarios para que tu pasión pueda florecer".

Una nueva faceta de Ortega es la de productora ejecutiva, rol que ha asumido en la segunda temporada de *Miércoles*, que vuelve a contar con Tim Burton como director de varios capítulos. Confiesa sentir la presión de no decepcionar al público: "Obviamente, con esta serie hay una generación más joven que quizá no estaba familiarizada con el personaje ni con el universo de la *Familia Addams*. Así que quiero asegurarme de que estoy siendo fiel a *Miércoles* y a su historia, a la vez que encuentro una forma de hacerla mía, con una interpretación auténtica". Esa búsqueda de lo genuino es otro de sus motores, según dice: "Imitar a otra persona puede estar bien, pero nunca será lo que necesitas que sea si no nace de ti. Por eso es tan importante esa mezcla entre tu verdadero yo y el personaje, encontrar el equilibrio perfecto. Me encantaba *Miércoles* de niña, siempre quise interpretarla. Era un personaje soñado para mí, y nunca pensé que tendría la oportunidad de hacerlo".

Y, como subraya, "nunca antes le había dado vida una persona latina", ni tampoco se había puesto énfasis en su figura, más allá de algunas producciones de animación. Su aportación ha consistido en interpretar el paso del personaje a la vida adulta.

"Yo tenía 18 años cuando rodamos la primera parte de la serie, así que era mayor de lo que *Miércoles* había sido hasta entonces. Por tanto, me siento muy agradecida de haber podido ofrecer una nueva versión en la que, ojalá, la gente pueda seguir viéndose reflejada".

Es ese reflejo donde, según Ortega, sus orígenes hispanos tienen un peso fundamental. "Para mí es muy importante, básicamente porque es lo que conozco. Soy del Valle de Coachella, en el condado de Riverside, en California, y la mayoría de la población allí es mexicana. En mi caso, soy mexicana y puertorriqueña, y muchas de nuestras fiestas y tradiciones están arraigadas en ambas culturas, con familiares que vivían con nosotros y que compartían historias de su infancia y de sus experiencias allá. Es algo precioso. Y resulta siempre emocionante aprender

sobre la historia de tu familia, de dónde vienes, descubrir qué personas —increíbles o no tanto— te precedieron. Significa mucho para mí, porque es mi comunidad, la gente a la que quiero. Y cuando algo está tan arraigado en ti, no puedes evitar que aflore. También creo que se me nota en la cara, así que no tiene sentido intentar ocultarlo”.

Para Jenna, su identidad latina es un tema muy importante. Ilustra el peso que tiene en su vida con una historia: “Cuando era pequeña, mi princesa favorita era Cenicienta. Recuerdo que tenía unos cinco

años cuando le pedí a mi madre que me dejara teñirme el pelo de rubio para parecerme a ella. Eso le impactó y, obviamente, me dijo que no. Y me habló de aquellas mujeres a las que yo podía admirar”. Años más tarde, la historia se repite, pero desde otra perspectiva: “Si puedo ser esa figura para otras niñas latinas, si puedo ofrecerles representación en la pantalla, eso es algo fundamental para mí. Amo el arte y a los artistas, y si puedo animar a la gente a unirse a ese camino de la creatividad, tal vez haya personas que quieren intentarlo pero no saben si hay un espacio para

somos todo un grupo intentando abrir ese camino. Si algo deseo es que mi imagen o mi posición en la industria sirva como una señal de bienvenida para otros latinos que quieran unirse y participar”.

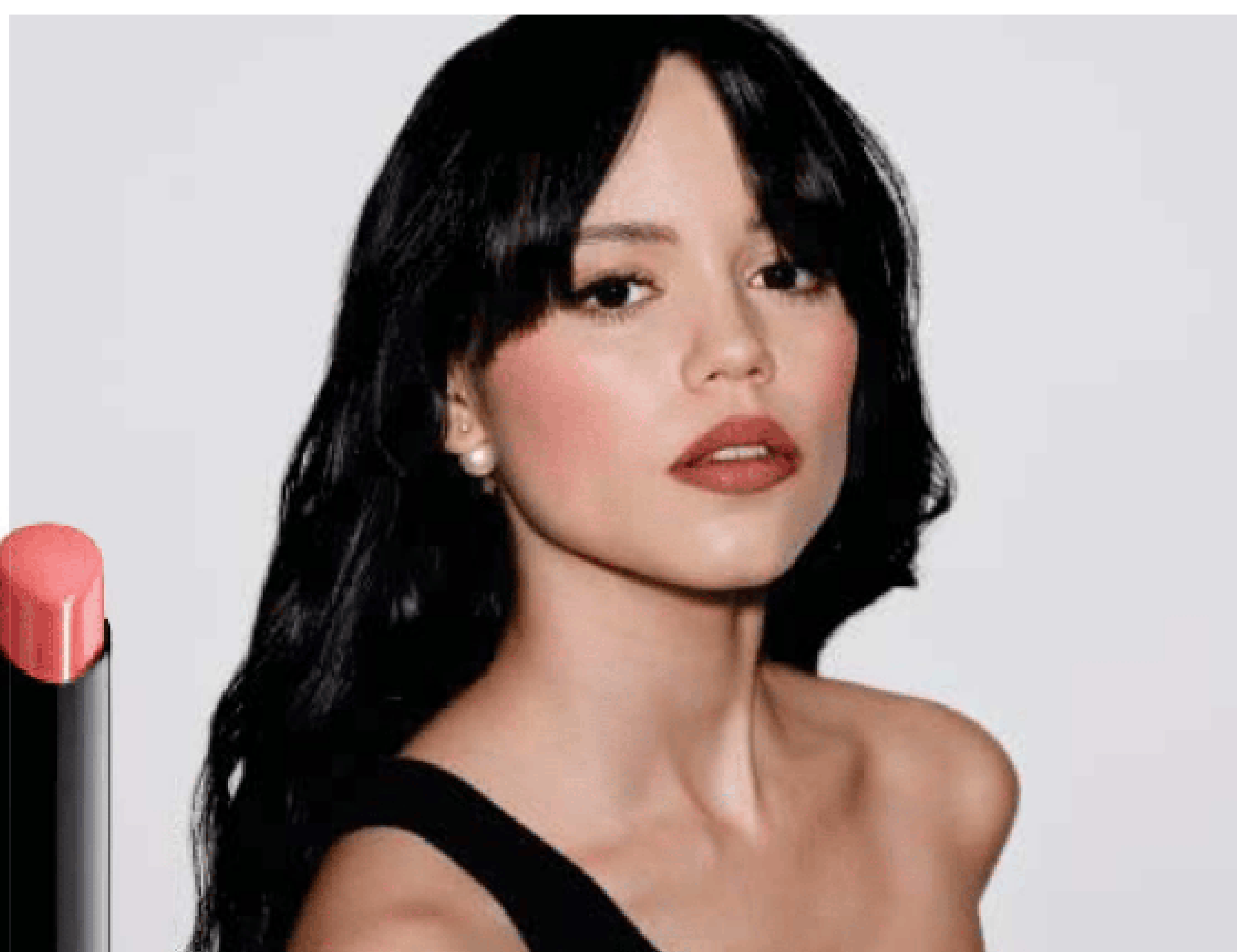
La actriz no sólo ha conseguido romper moldes en la estética gótica con su aproximación a Miércoles. Su presencia en las pasarelas y las *premières* dejan patente su personal apuesta por el estilo. “En mi trabajo, la moda también forma parte del proceso”, explica. “Una gran parte de lo que hago implica vestirse, probar distintos estilos de maquillaje, peinados... hasta conver-

tirte en el personaje que buscas. Para mí la moda, la ropa que llevo, influye mucho en mi estado de ánimo, en mi mentalidad, en mi actitud para afrontar el día. Con el maquillaje ocurre igual. Es lo primero que la gente percibe cuando te mira a la cara: el tono del labial, la forma en que te maquillas los ojos... Todo eso es un reflejo de quién eres y una manera de mostrar cómo quieres que te vean. Por eso es tan importante para mí. En este aspecto, Dior es genial, porque tiene una gran variedad de productos. Me encanta que puedas aplicarlos de forma ligera, o intensificar el resultado si lo deseas. Sus productos permiten realzar la belleza natural, sin ocultarla”.

Y pone como ejemplo los nuevos tonos de labiales de la marca francesa, de los que es imagen: “Si aplicas sólo una capa, el resultado es suave y discreto. Pero si aplicas más, el color se transforma, evoluciona... De la misma forma en que tu personalidad puede cambiar a lo largo del día: cuando te despiertas, mientras te relajas con un café, tienes buenas conversaciones con amigos o reuniones importantes... Para mí, el maquillaje es un aliado necesario porque te ayuda a decidir quién quieres ser ese día”. **T**

—**Darío Prieto.**
Fotos: **Daniel Jackson**
for **Christian Dior Parfums.**

Maquillaje y peluquería: Peter Philips, Creative and Image Director for Dior Makeup.



Mi favorito

De la mano de Peter Philips, Director Creativo y de Imagen de Dior Makeup, la actriz Jenna Ortega se ha convertido en la deslumbrante nueva embajadora de Dior Makeup.

En la imagen, lleva el nuevo labial Rouge Dior On Stage 222 Confident Nude.

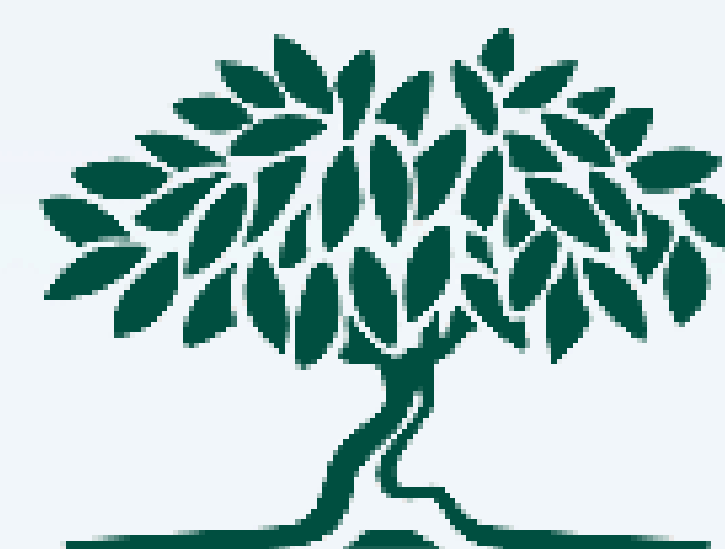
ellas. ¡Siempre hay espacio! Tenemos que crearlo, tenemos que abrir caminos. A veces hay que imponerse, pero es posible. Siempre es posible. No importa de dónde vengas, qué aspecto tengas o qué idioma hables”.

A la hora de reconocer la importancia de cargar con esa responsabilidad, Ortega prefiere expresarse en plural. “Tampoco pretendo ser la única. Creo que tenemos suerte de estar en un momento en el que en Hollywood empiezan a surgir más voces hispanas”, proclama. “Eso me emociona, porque ahora



NUXE

P A R I S



LAS OJERAS
SE ACLARAN
PARA EL
96%
DE USUARIAS⁽¹⁾

EYE LIGHTER
SERUM

HYALURONIC ACID
+ NIACINAMIDE
+ CAFFEINE

EL HÉROE DE
TUS MAÑANAS

INNOVACIÓN ANTIEDAD Y ANTIOJERAS

Enriquecido con **Ácido Hialurónico, Niacinamida y Cafeína**, este sérum de ojos multifunción, **antiedad y antiojeras**, ofrece una **acción 3 en 1 inmediata**: alisa, ilumina y corrige todo tipo de ojeras en un solo gesto. Su fórmula con **acabado rosa melocotón** rejuvenece visiblemente la mirada: día tras día, **las ojeras se reducen**, la piel del contorno se ve más firme, con efecto lifting.



NUXE, LABORATORIO N°1 EN TRATAMIENTOS DE ORIGEN NATURAL EN FARMACIAS Y PARAFARMACIAS⁽²⁾

(1) Test de uso - 28 voluntarias. % de satisfacción tras 28 días de uso. (2) Mercado Nuxe Dermocosmética reconstituido - Marca natural - Valor (facturación con IVA en €) - Farmacias y parafarmacias francesas - Año 2024. Visual no contractual.

Daniel Guzmán
director, guionista
y protagonista
de *La deuda*.

Cuando todo se pone en contra

el detonante de *La deuda*, tercera película como director de **Daniel Guzmán**, surgió de una vivencia con su abuela, Antonia, quien fuera una de las protagonistas de su ópera prima, *A cambio de nada* (premio Goya al mejor director novel).

Antonia tenía que acudir cada tarde al centro de salud para enchufarse durante un cuarto de hora a un tratamiento con oxígeno. Daniel le acompañaba y, como durante ese rato no podían hablar porque su abuela tenía puesta una mascarilla, él se dedicaba a observar la sala vacía. Un día, se fijó en un desfibrilador, y empezó a fabular: ¿Qué pasaría si alguien, por circunstancias de la vida, robase ese desfibrilador para venderlo? ¿Y si un instante después un niño entrase en urgencias con una parada cardiorrespiratoria y necesitase esa máquina para sobrevivir? A partir de ahí, el direc-

tor, guionista y actor empezó a tirar del hilo hasta construir la trama de *La deuda*: Lucas se acerca a los 50 años sin oficio conocido, vive con una anciana, a quien cuida, en un piso céntrico de un edificio que acaba de comprar un fondo de inversión, con lo que están a punto de ser desahuciados. Así que Lucas tiene que conseguir mucho dinero con urgencia y se mete en un lío. "La película plantea dos grandes cuestiones: Hasta dónde estarías dispuesto a llegar para proteger a alguien a quien quieres; y: cómo gestionar la culpa, la deuda moral que tienes con una persona a la que has hecho un daño enorme", explica Guzmán. En este drama social en forma de *thriller* se ponen sobre la mesa varios problemas que, aunque llevan mucho tiempo de actualidad, siguen sin resolverse, como son la dificultad para adquirir una vivienda de las personas con bajo nivel económico, la gentrificación, y el desasarraigo y la soledad que padecen muchos ancianos abandonados por sus familias. "Me interesa contar la realidad de lo que veo a mi alrededor. El protagonista de la película es un tipo noble que trata de salir adelante, pero la vida se le pone en contra. Cuando va al banco a pedir que le amplíen el plazo de la hipoteca, trata de llegar a un acuerdo. No es un cínico ni un tramposo. Él quiere cumplir, pero no le queda otra alternativa que intentar arreglar las cosas de la única manera que sabe, con picardía", dice Guzmán. Ese pícaro de barrio que protagoniza sus películas está inspirado en su propia adolescencia. Cualquier espectador se siente identificado con la humanidad de sus personajes, aunque lo que hacen esté fuera de lo legalmente permitido. "Yo no creo que haya buenos ni malos. Eso pasa en las películas de indios y vaqueros. A mí me interesa entender el corazón de los personajes, no juzgarlos. Al final, lo que mueve al ser humano son los afectos, no el poder o el dinero. Alguien que no quiere ni es querido, es una persona enferma". El reparto de *La deuda* lo completan Susana Abaitua, Itziar Ituño y Luis Tosar, entre otros.

—César Suárez.



DÍA DE CAZA

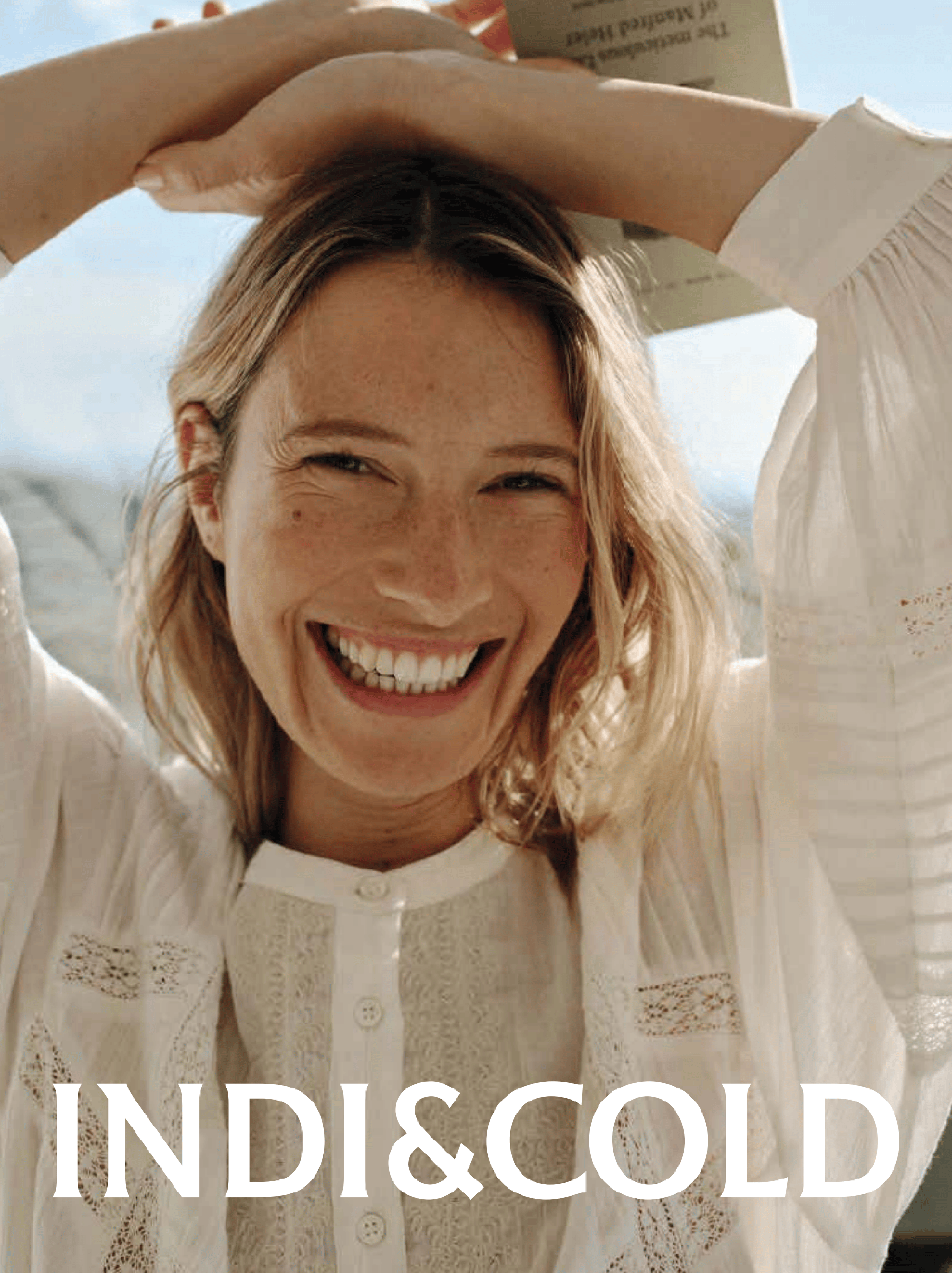
OTOÑO DE CINE ESPAÑOL



UN FANTASMA EN LA BATALLA

Un fantasma en la batalla. Susana Abaitua interpreta a una joven Guardia civil que estuvo durante diez años infiltrada en ETA, con el fin de localizar los zulos de la banda terrorista en el sur de Francia. Sobrio *thriller* sobre hechos reales, dirigido y escrito por Agustín Díaz Yanes, que cuenta también con Ariadna Gil, Iraia Elías y Raúl Arévalo.

Día de caza. Inspirada en la mítica película *La caza* (1966), de Carlos Saura, Carmen Machi, Rossy de Palma, Blanca Portillo y Zoe Arnao pasan un día cazando conejos en un coto. Sus conversaciones sobre los hijos, los ex, la menopausia o las infidelidades, suben de tono en medio de un calor asfixiante.



INDI&COLD

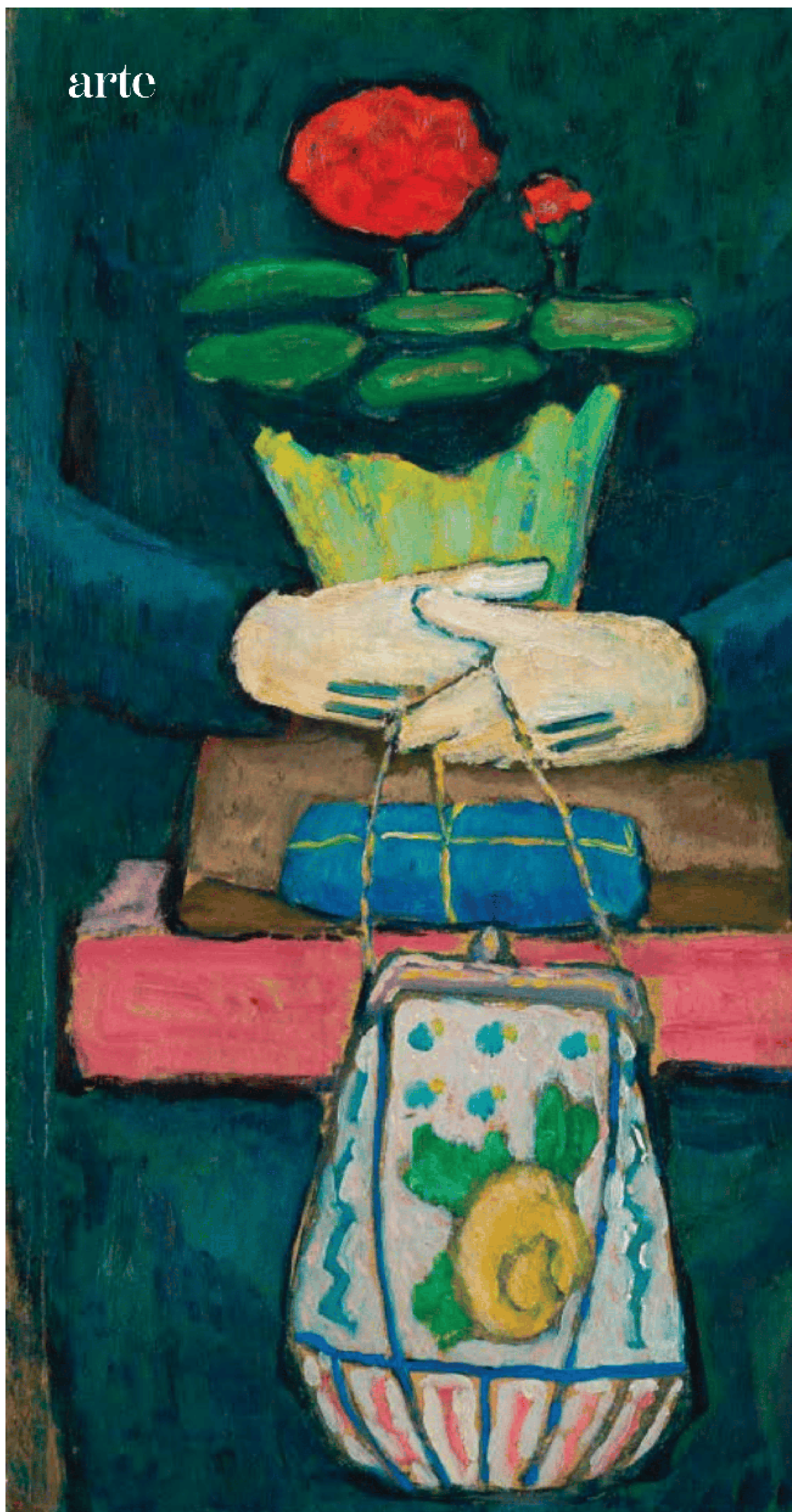
Naturaleza muerta
en el tranvía, 1909-12.

El color como símbolo

La compañía Kodak acababa de lanzar un nuevo artefacto que revolucionaría la fotografía, una caja rectangular con una pequeña llave para pasar la película que permitía realizar cien capturas sin necesidad de cambiar el rollo. **Gabriele Münter** (Berlín 1877-1962) la recibió como regalo y con ella recorrió Estados Unidos a los 20 años, un viaje que cambiaría su mirada. De regreso a Europa ingresó en la escuela Phalanx dispuesta a convertirse en artista. Allí le dio clases Kandinsky, con quien empezaría una complicada relación sentimental, con el inconveniente de que el artista admirado fue Kandinsky, mientras que el arte de Münter quedó durante mucho tiempo a la sombra de la celebridad de su pareja. La película alemana *Münter & Kandinsky* (estreno el 26 de septiembre) trata el romance de estos dos artistas fundamentales del siglo XX. Münter fue una de las fundadoras de *El Jinete Azul* junto con Kandinsky, Franz Marc, Paul Klee y Macke, y por tanto, una de las impulsoras del expresionismo. "No quería pintar lo que veía, sino lo que sentía", declaró. La muestra *Contours of a world*, en Nueva York, se centra en los años 1908-1920, fundamentales en la etapa creativa de Münter, con 60 pinturas y 19 fotografías. "Me enseñaron que las mujeres no podían ser grandes artistas. Así que decidí no escuchar", dijo.

—En el Museo Guggenheim New York, a partir del 7 de noviembre.

—César Suárez.





Un viaje con estilo deflores

15 años conquistando el mundo con artesanía española.

Hace 15 años, Paloma Moreno fundó **defloresyfloreros** con un objetivo claro: reivindicar la artesanía española a través de zapatos únicos. Hoy, la firma celebra su colección número 30 con 73 diseños que evocan el placer de viajar. Bailarinas Londres, tacones Kiev o blucher Moscú combinan terciopelo de seda, pieles nobles y estampados inesperados que reflejan el sello inconfundible de la marca: elegancia artesanal con fantasía.

El nuevo paso de **deflores** es Arlequín, su primera línea de ropa. Una exclusiva propuesta de gabardinas convertibles con maxi capuchas y cuellos arquitectónicos capaces de transformar cualquier look cotidiano en una declaración de estilo. Una evo-

lución natural que confirma la ambición creativa de la firma. La expansión internacional también es ya una realidad. Chile y Uruguay han acogido con entusiasmo en una tienda única de marca el espíritu **deflores**, consolidando la vocación cosmopolita de una marca que nació en Madrid y hoy pisa fuerte en el mundo.

“Siempre soñé con desarrollar **deflores** haciéndolo crecer y conseguir darle una gran visibilidad. Ahora ese sueño es real”, asegura Paloma. Una declaración que resume el futuro de la moda: lujo honesto, duradero y profundamente auténtico.

Descubre más en defloresyfloreros.com



2.



1. Bailarinas Londres. 2. Zapato Zurich y cuello Lila/melocotón.
3. Bailarina Milán Frand.
4. Gabardinas y capuchas, con blucher Moscú. 5. Capucha Rayas Granate.

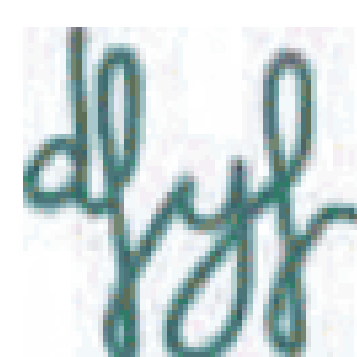
3.



4.



5.



CHILE

| ESPAÑA

| URUGUAY



La broma infinita



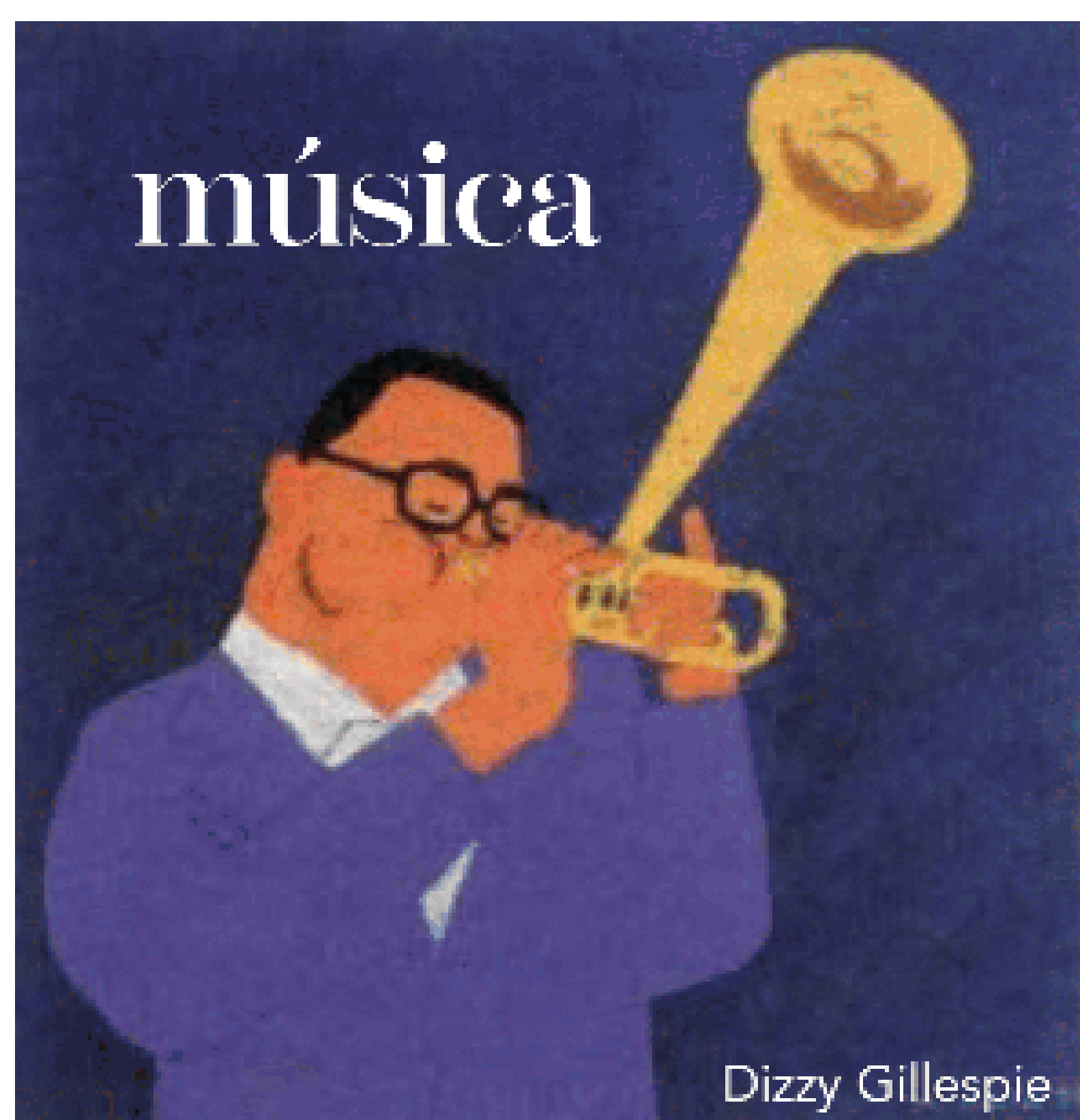
El pintor Íñigo Navarro Dávila en el estudio madFABER, donde ha llevado a cabo su última serie de pinturas de gran formato.

En la cómica línea invisible que hay entre lo que declaramos como realidad y lo que pensamos que es ficción está la pintura inesperada de **Íñigo Navarro Dávila**. El pintor madrileño, uno de los favoritos de los coleccionistas menos convencionales, disfruta en ese equilibrio entre la inspiración clásica y la broma infinita. Un ejemplo ilustrativo: entre las pinturas que veremos en su próxima exposición, dos galgos enmascarados irrumpen en una escena de cacería barroca en la que la liebre o el corzo han sido sustituidos por una pelotita roja. La teatralidad de la composición es uno de los juegos favoritos del pintor, que piensa sus cuadros como si fueran "chistes dramáticos". El título de la muestra, *Ayer pisó tu sombra un tigre*, alude al mismo tiempo a la trascendencia y a la intrascendencia del arte, al sentido de una pincelada y al absurdo de una explicación más allá de la pintura misma. "Creo que la pintura, que ha sido una de las artes más sublimes en la historia de la humanidad, ha desaparecido en gran parte del panorama, sobre todo en España. Mi inspiración está en la pintura española figurativa, en los grandes maestros como Velázquez, Goya o Sorolla, que para mí son el paradigma de la gran pintura porque están pendientes de algo que va más allá de la propia pintura, de ese elemento poético que contiene cualquier forma de arte, del alma de las cosas. En este sentido, lo que me propongo es engancharme a esa tradición de pintura española". El gran formato de su nueva obra se explica por la búsqueda de una sensación de ingravidez, de la importancia de la percepción del espacio por encima del detalle. Los insectos que aparecen en las escenas, por ejemplo, son pequeñas manchas sin matices

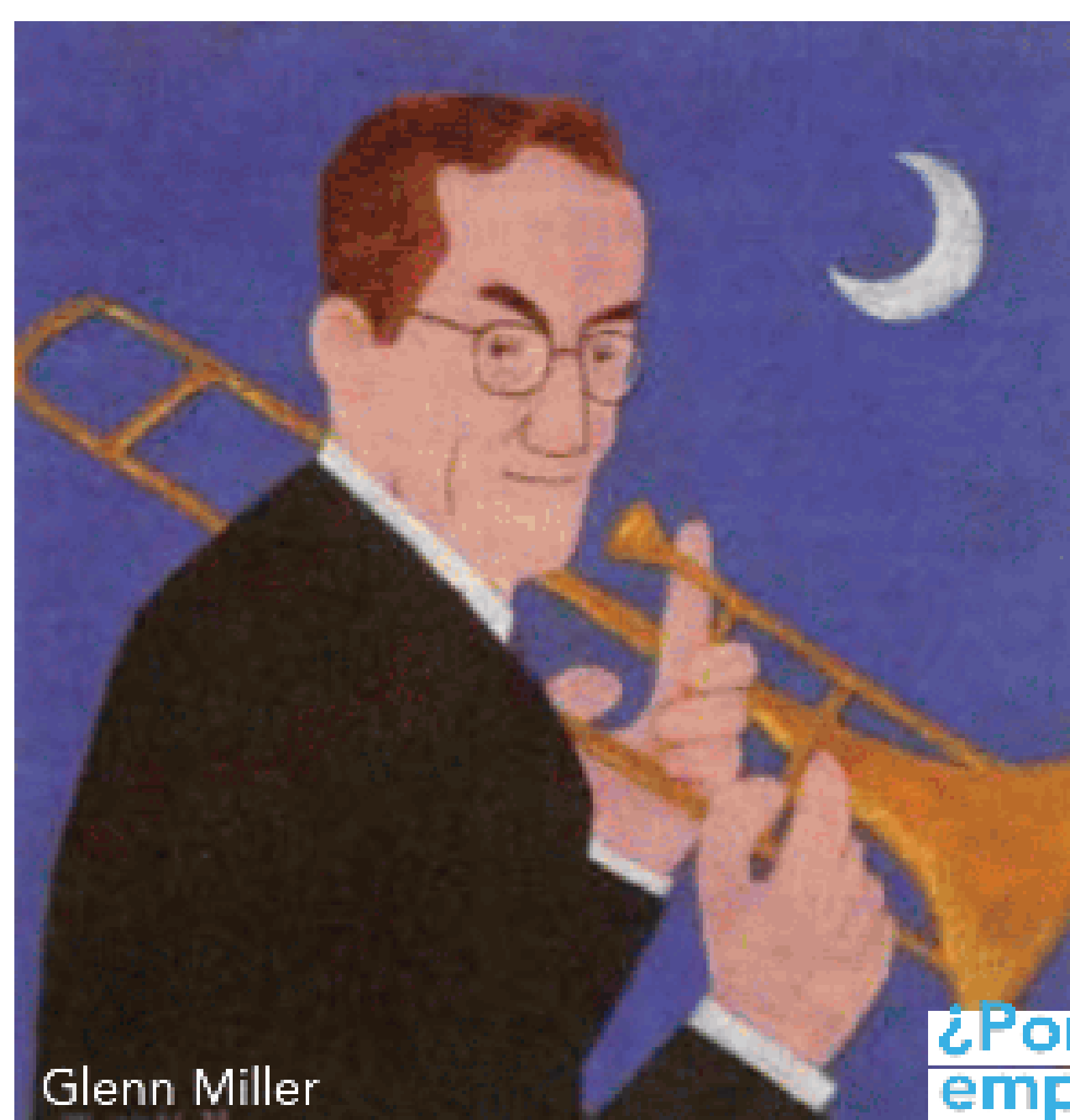
que dan una impresión de naturalidad por su misma imperfección. De esta manera, Navarro Dávila trata de "renovar el rito de la pintura". La muestra se completa con el cuadro de tres por dos metros de una niña levitando en un lago y una gran pieza central: una talla en madera policromada de inspiración barroca, que llevará una capa creada por el diseñador Marcos Luengo y un capirote similar al que aparece en uno de *Los caprichos* de Goya. A la escultura le acompaña un dibujo de Goya, "Modo de volar", de su serie *Los disparates*. "El naturalismo es un engaño. En realidad, la pintura naturalista se basa en la renuncia a pensar que hay algo más allá de lo que puedes ver. Me interesa el trampantojo porque es un truco para ir más lejos, para sobrepasar la metáfora. El arte es mucho menos sofisticado de lo que la mayoría de la gente tiende a creer. Incluso el arte denominado excelso tiene menos simbología de la que queremos atribuirle. La pelotita roja que se repite en mis cuadros como si fuera una presa acaba convirtiéndose en un elemento enigmático, una excusa a la que puedes darle todo el significado que te de la gana, como el monolito negro de Kubrick en *2001: Odisea del espacio*. En el fondo, pintar para mí es buscar excusas para hacer cosas bonitas. Estoy convencido de que hay que pensar como si fuésemos inmortales y tuviésemos la certeza de que Dios nos va a proteger y a darnos el tiempo y el talento suficiente para darle al menos una perla al mundo".

—César Suárez. Fotos: Uxío da Vila.

— Museo Lázaro Galdiano de Madrid, del 25 de septiembre al 30 de octubre.



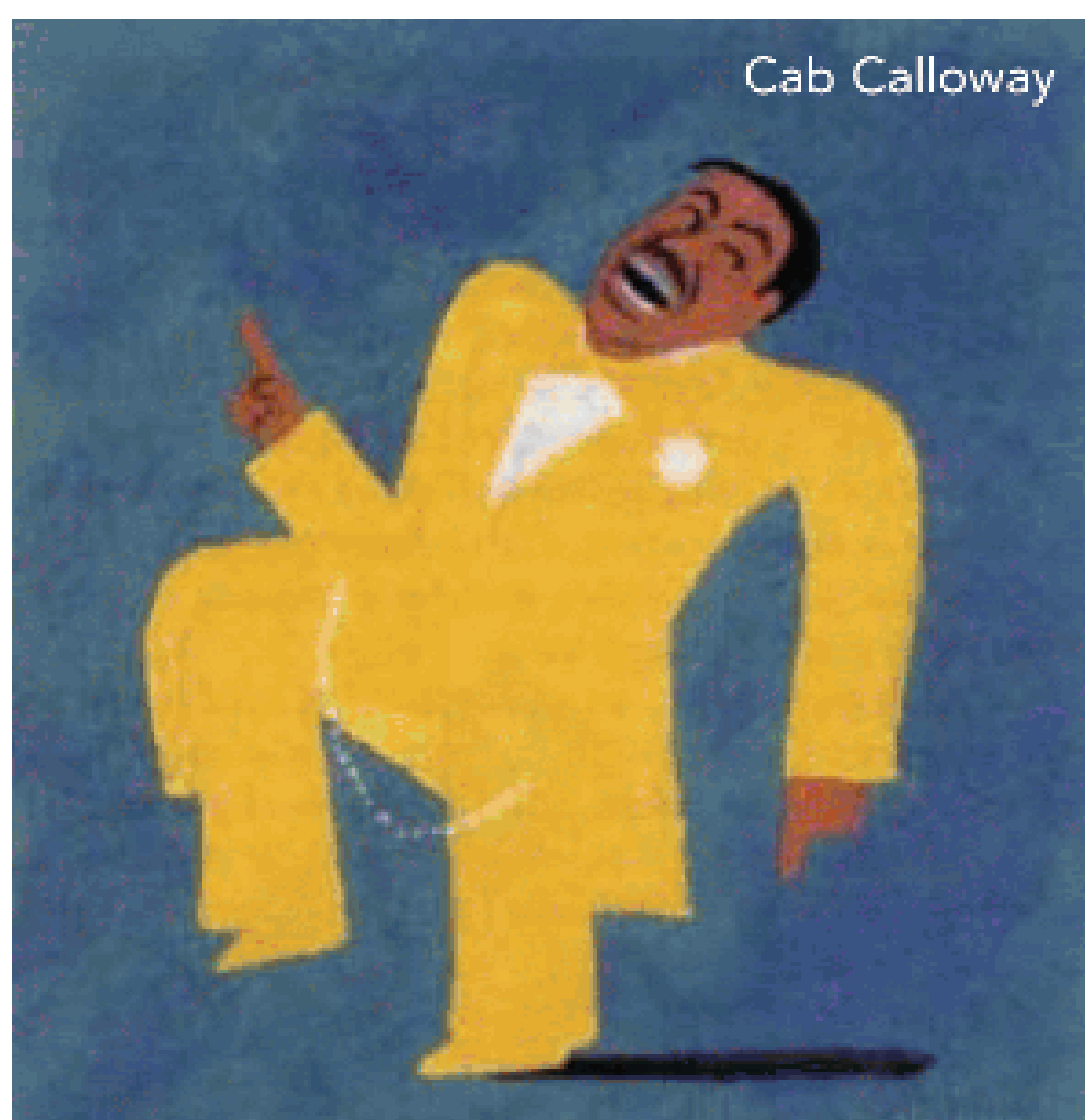
Dizzy Gillespie



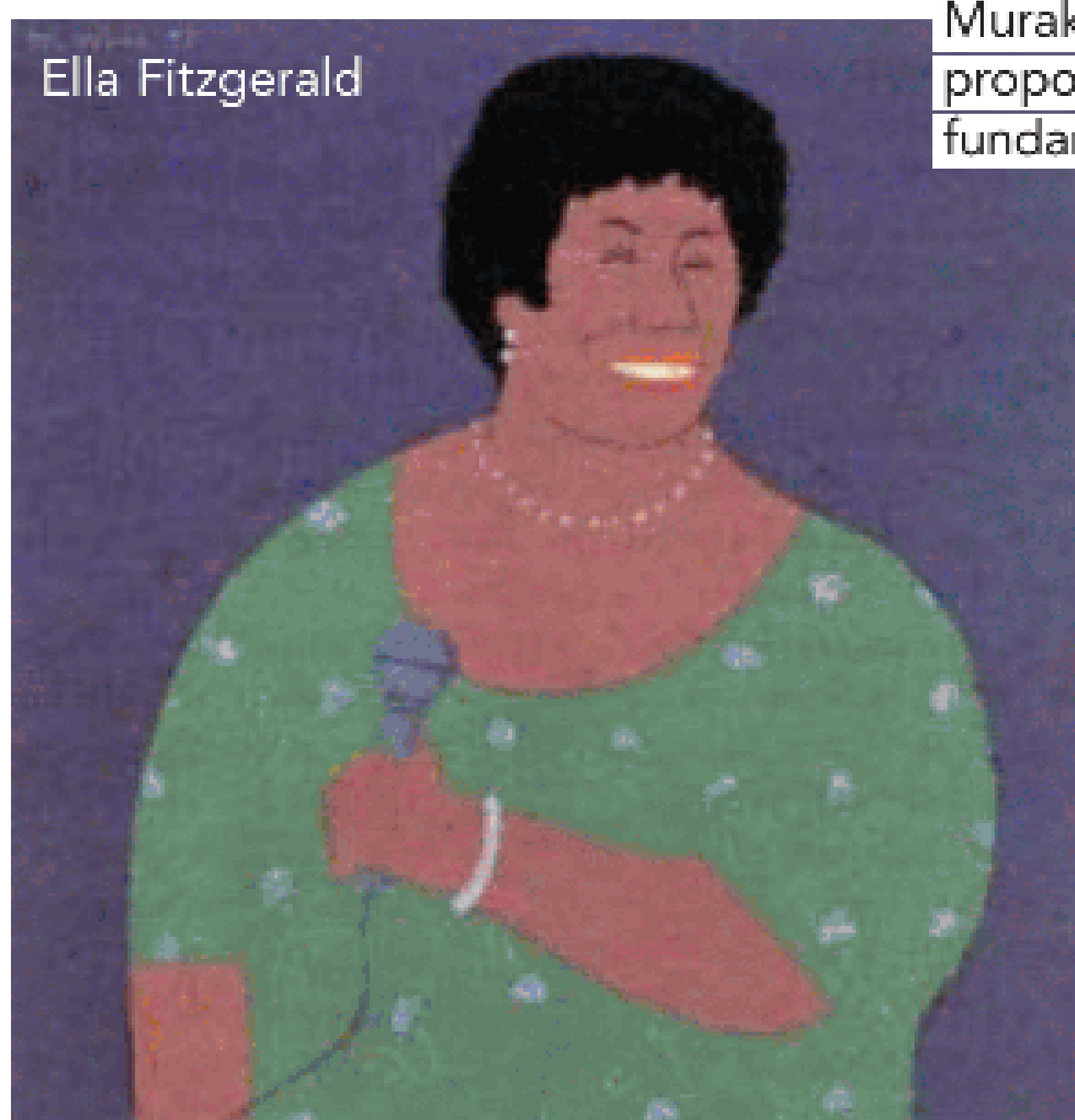
Glenn Miller



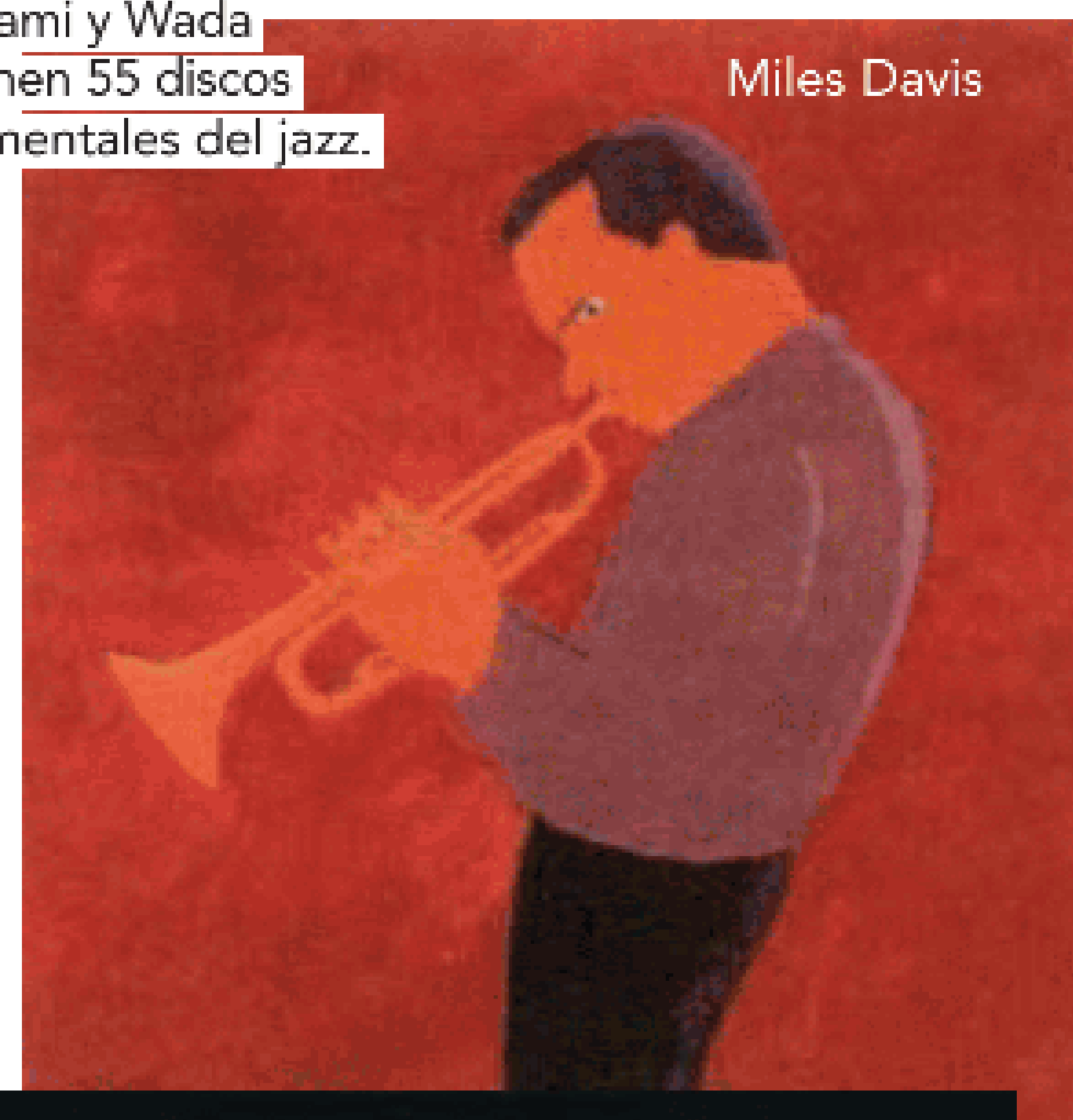
Billie Holiday



Cab Calloway



Ella Fitzgerald



Miles Davis



Bill Evans



Louis Armstrong

¿Por dónde empiezo?

Murakami y Wada proponen 55 discos fundamentales del jazz.

Lecciones de jazz

El escritor Haruki Murakami propone un fantástico viaje para descubrir a los grandes intérpretes de la historia del jazz.



A menudo, el jazz tiene fama de territorio complicado, en muchos casos de inaccesible para quienes no reúnen la suficiente curiosidad musical o se dan por satisfechos con la ambientación sonora del montón. Pero, está estudiado, se trata del género musical más satisfactorio intelectualmente junto con la clásica, el flamenco y el blues. Sin saber de qué manera, el escritor **Haruki Murakami** sintió la llamada del jazz cuando era un adolescente en Kobe. Él solía escuchar rock en la radio, pero “por alguna extraña razón”, en 1963 compró una entrada para ver a Art Blakey & The Jazz Messengers, que estaban de gira por Japón. “No entiendo bien qué es esto que estoy presenciando, pero se trata de una forma artística llena de nuevas posibilidades”, pensó. Después empezó a comprar discos de jazz, hasta coleccionar miles, e incluso regentó un pequeño local con música en directo. Con el tiempo, conoció al ilustrador **Makoto Wada**, aficionado al jazz desde que vio la película *Nace una canción* (*A Song is Born*), de Howard Hawks, y acordaron hacer una exposición con retratos de grandes figuras del jazz y textos biográficos del escritor. El magnífico libro conjunto *Retratos de jazz* (**Tusquets**) reúne 55 ilustraciones de Wada con los correspondientes perfiles de Murakami. Se trata de una joya para neófitos o aficionados, a la que acompaña una selección de discos que puedes escuchar mientras lees. Están reflejadas las peripecias de todas las estrellas más reconocibles del infinito firmamento jazzístico, con brillantes reflexiones y consejos de Murakami para apreciar mejor a tal o cual intérprete.

—César Suárez. Ilustraciones de Makoto Wada.

libros

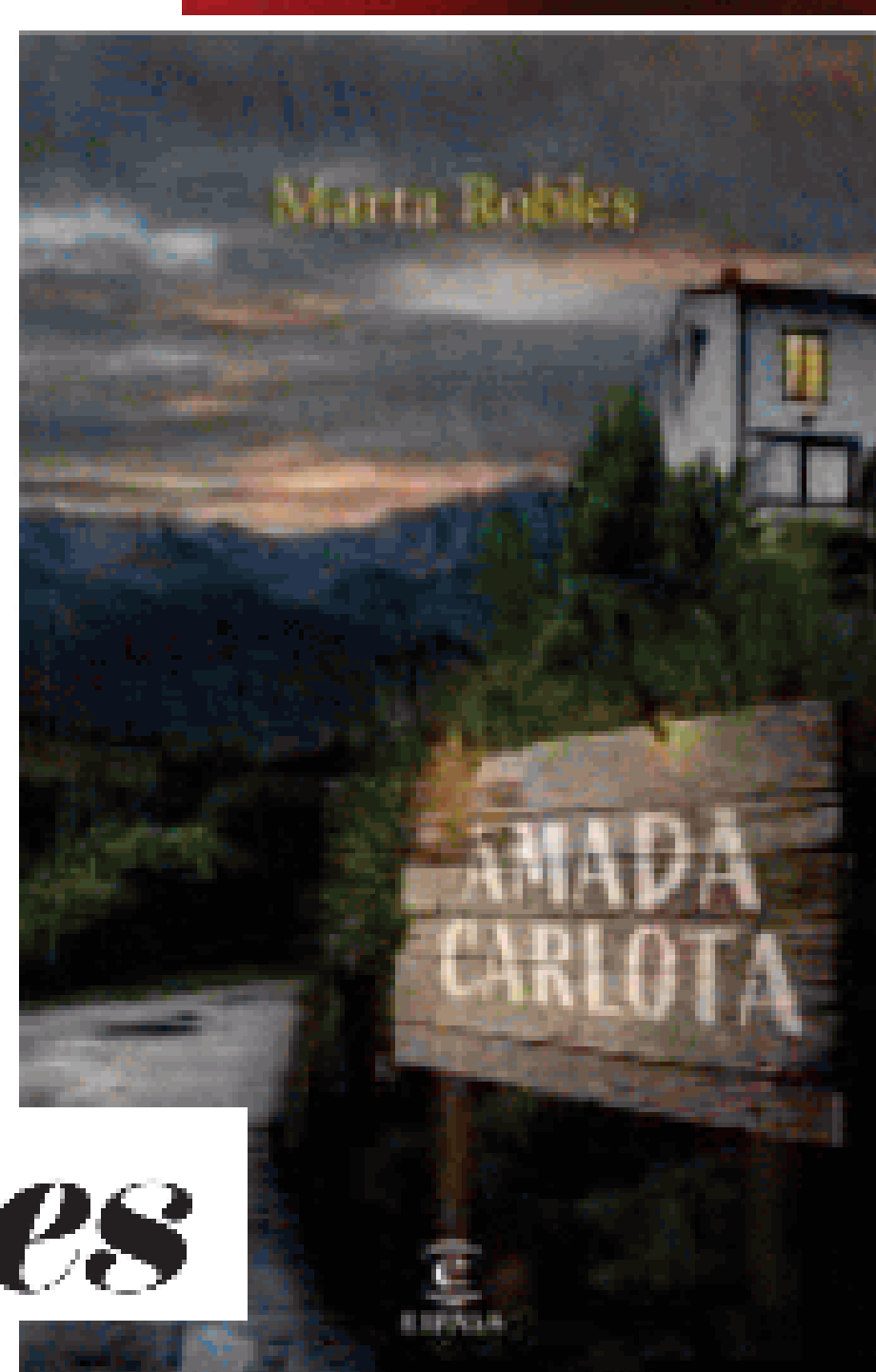


Joan Didion.

Un diario muy íntimo

Durante los meses en que **Joan Didion** estuvo visitando a un psiquiatra, registró sus encuentros en un diario destinado a su marido, John Gregory Dunne. En esas sesiones trató sobre sus adicciones, la depresión, la ansiedad o la complicada relación con su hija. Este libro hasta ahora inédito, considerado la tercera parte del extraordinario tríptico compuesto por *El año del pensamiento mágico* (sobre la muerte de su marido) y *Noches azules* (sobre la muerte de su hija) es un testimonio tan desgarrador como luminoso sobre la lucha de Didion por sobreponerse a la tragedia.

4 preguntas a Marta Robles



FOTOS: JORGE PINTADO

La escritora y periodista Marta Robles.

Amada Carlota es la cuarta novela de la saga protagonizada por el detective Roures, creada por Marta Robles. En este nuevo *thriller*, tejido con saltos temporales que nos llevan desde una relación extramatrimonial en los últimos años del franquismo, a una turbia clínica ginecológica en los años ochenta, Roures investiga un antiguo caso de robo de recién nacidos, a la vez que otro de abusos sexuales a chicas universitarias por parte de un profesor en la actualidad.

¿Cómo surge este entramado de historias que forman la novela?

Todas las historias del detective Roures nacen de mi necesidad de denunciar aspectos oscuros de nuestra sociedad. Delitos olvidados o normalizados que casi nunca se combaten de frente. Hablo de abusos y manipulación de mujeres. Quizá por la estructura, que mezcla espacios temporales, es el más ambicioso de mis libros, y posiblemente

por esa revisión del pasado que alude al presente, el más arriesgado. Mis novelas negras son comprometidas porque yo misma soy incapaz de mantenerme al margen del dolor ajeno.

La búsqueda del amor también es un tema muy presente en la novela.

Para mí, tanto en la literatura como en la vida, solo hay dos grandes temas: el amor y la muerte. Y si estuviéramos seguros de que al morir vamos a reencontrarnos con quienes amamos y nos aman, creo que la muerte nos importaría poco. La vida es una búsqueda constante de amor y de la aprobación de los demás. Yo busco el amor en mi día a día y en mis novelas, y sé lo difícil que es querer bien y que te quieran bien, y también veo la cantidad de tropelías que se cometen en nombre del amor.

En la novela denuncias los abusos en nombre del amor.

Durante siglos, los abusos a las mujeres han

sido parte de la cotidianeidad de las relaciones. Se daba por hecho que las mujeres estaban para satisfacer a los hombres y, si estos las agredían sexualmente o eran violentos con ellas, se obviaba, porque se aceptaba que era una parte más de la relación. Por desgracia, esos abusos a mujeres en las parejas y dentro de las familias, siguen existiendo.

¿Qué valoras más de tus personajes?

Que sean verosímiles. También su humanidad. Me interesa explorar su interior, ver cómo reaccionan ante la infidelidad, la impotencia o el desamor. Descubrir sus incoherencias, sus frustraciones, el miedo en las relaciones con los que aman. Si tengo alguna certeza sobre el amor es que amar bien es una ardua tarea, que supone no pedirle al otro lo que no te puede dar, sino ayudarlo a que saque lo mejor de sí, incluso aunque hacerlo pueda suponer que se aleje de ti.

—César Suárez.



Deseando leer

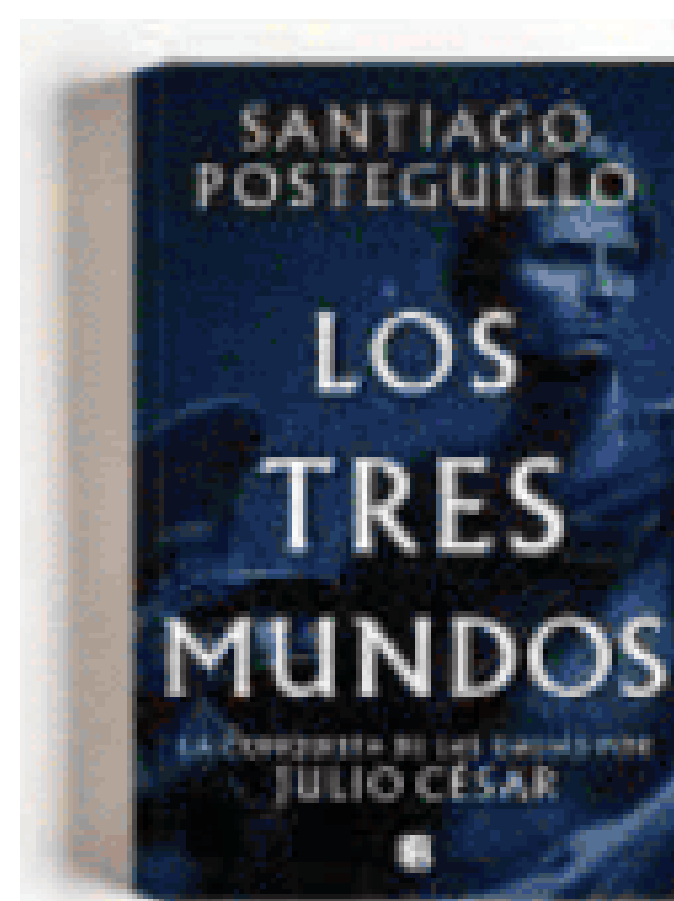
el esperadísimo nuevo libro de Ngozi Adichie, autora de la excelente *Americanah*, se titula **Unos cuantos sueños** y lo protagoniza una escritora de viajes nigeriana que reside en Estados Unidos. Rui Couceiro es la revelación de las letras portuguesas con **Baía sin fecha de muerte**, sobre un joven profesor que pasa una temporada de descanso en el pueblo de sus abuelos, en el Alentejo. **Días en la historia del silencio** es una de las novelas recientes más celebradas en Noruega, sobre un matrimonio maduro que oculta algo de su pasado. Tras su brillante debut *La desaparición*, Julia Phillips construye en **Oso** una fábula sobre dos hermanas que encuentran una criatura en el bosque. **Pipas** es la primera novela de Esther L. Calderón, que con un estilo magnético retrata a una pandilla de adolescentes en los noventa. Vanessa Springora (*El consentimiento*), vuelve con una impactante novela donde descubre la verdadera identidad de su abuelo, **El nombre del padre**. Otra atractiva primera novela, la de Alina Grabowski, **Las mujeres y los niños primero**, sobre la extraña muerte de una joven en una fiesta en un pueblo decadente. Dos desconocidos con insomnio se encuentran de noche en el bar de un hotel: esta es la trama de la nueva novela de Isaac Rosa, **Las buenas noches**. El ya mítico detective Charlie Parker tiene un nuevo caso en **Los mensajeros de la oscuridad**. Y por último, buenas noticias para los seguidores del japonés Kashiwai, que continúa su saga con **Las recetas perdidas de la taberna Kamowaga**.

—César Suárez.

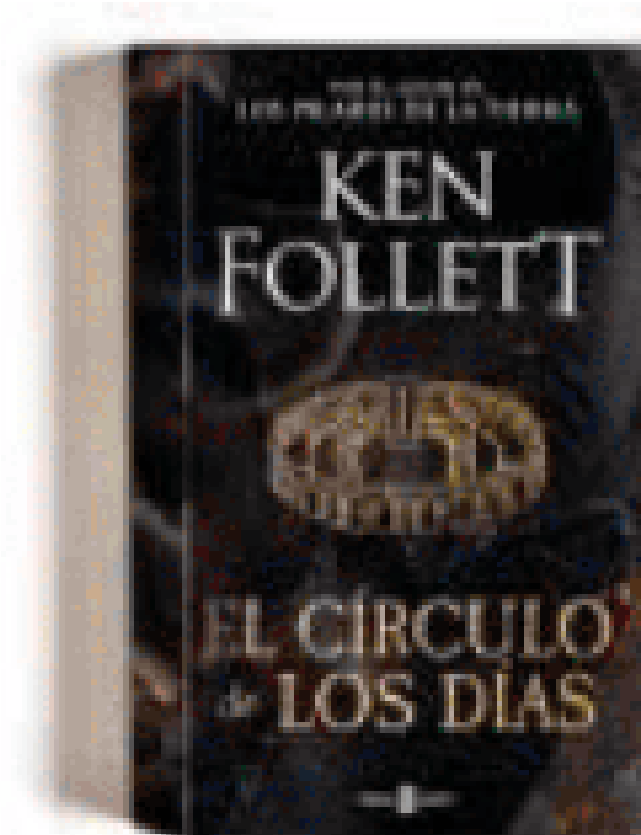
SUPERVENTAS PARA EL OTOÑO



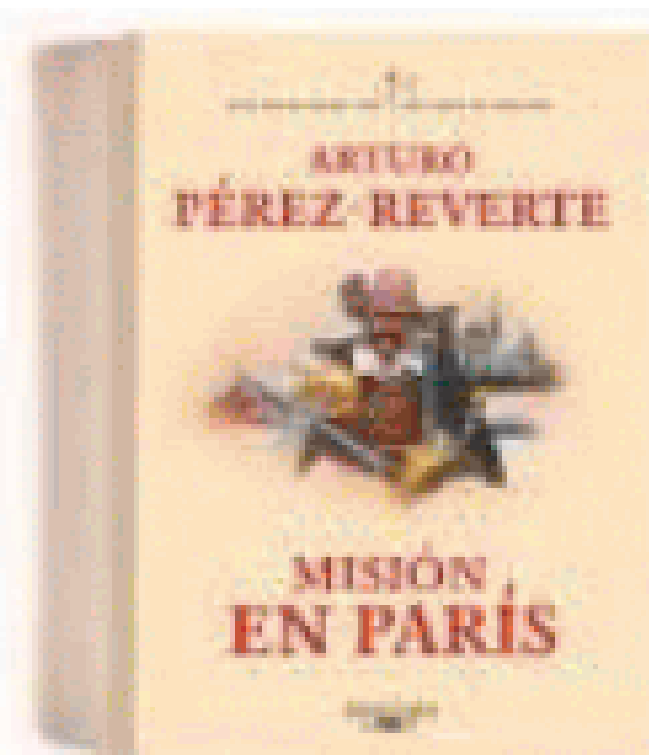
Arundhati Roy. Su extraordinaria primera novela, *El dios de las pequeñas cosas*, es un *long seller*. Ahora Roy escribe sus memorias, con su madre como protagonista.



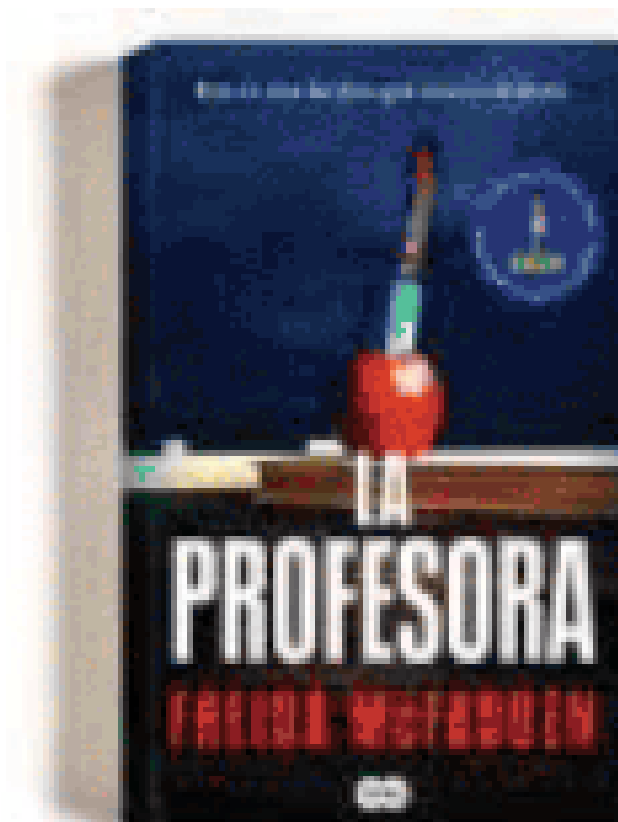
Posteguillo. Tercera parte de la saga sobre Julio César, en la que el experto en la Roma clásica narra la épica conquista de las Galias mientras el Senado sofoca una revuelta.



Ken Follett. El maestro del *best seller* narra un viaje en el tiempo hasta el enigma de la creación de Stonehenge, en la llanura británica, hace unos cuatro mil años.



Pérez-Reverte. Octavo libro de la saga del Capitán Alatriste, que regresa después de catorce años con una aventura en la que coincide con los tres mosqueteros en el París del XVII.



McFadden. Con *La asistente* vendió 20 millones de ejemplares en todo el mundo. Su nuevo *thriller* ocurre en un instituto donde una antigua alumna amenaza a una profesora.

Empezó con un gorrioncillo...

Todo empezó con un gorrioncillo que cayó desde el tejado a la acera de su casa. Este encuentro fortuito es el detonante de un luminoso ensayo en el que la filósofa y divulgadora ELSA PUNSET explora las claves para volver a ser felices. “Nuestro cerebro está diseñado para sobrevivir, no para la felicidad. Así que conviene recuperar la alegría innata de la infancia”, dice.

—César Suárez. Fotos: Toni Mateu. Realiza: Raquel Mejías.

El gorrión debió de caer de algún tejado. Tendría apenas una semana de vida. Estaba medio desplumado en la acera. Elsa Punset hizo un cuenco con sus manos para acogerle. “Me miró con grandes ojos desconcertados. ¿Qué hago? ¿A

dónde voy?, parecía preguntarme. Me recordó a mí”, cuenta la escritora. Sucedió un verano hace unos años en el que, en contra de su habitual estado de ánimo alegre, Punset trataba de “emerger de una relación desequilibrada y dolorosa que me había dejado exhausta”.

El cuidado del pajarillo encendió en ella una búsqueda más profunda, que le llevó a escribir un libro alegórico donde reflexiona sobre los mejores remedios para superar los inevitables desastres que sobrevienen en la vida. Su título, *Alas para volar*.

Esta es la primera de la larguísima serie de entrevistas y presentaciones que Elsa Punset dará con motivo de la publicación de su libro, así que la autora aprovecha la conversación para construir mentalmente los cimientos de sus explicaciones. “Lo primero que quería contar es que no es tan importante lo que te pasa, porque nos van a pasar cosas desagradables en la vida, sino qué haces con lo que te pasa. Tendemos a barrer lo malo debajo de la alfombra, a ocultar lo que sentimos, y llega un momento en que eso te cobra factura. A mí me ocurrió. A ello se unió un susto físico, que fue algo inédito para mí, y que me hizo reflexionar sobre lo importante que es escuchar a nuestro cuerpo. Este libro quiere acompañar al lector en procesos que son inevitables, y que nos ocurren o nos van a ocurrir a todos”.

¿Cuál sería la siguiente idea?

Que la vida no es lineal. Es un camino tortuoso en el que hay que ir solucionando asuntos según aparecen, y eso no nos agrada. Por eso tendemos a evadirnos, a mirar para otro lado, y más en una sociedad donde la distracción y el consumo son constantes. Es que la vida cotidiana duele, aunque nos llenemos de máscaras y corazas para olvidarlo. Asumamos que vivir no es fácil, que el día a día exige respuestas que a veces nos superan. Si aceptamos esto y dirigimos nuestra atención a sanar la relación con nosotros mismos, sufriremos menos.

Como dice el filósofo valenciano Enrique Anrubia: “Que el mundo no te despiste”.

La urgencia, el miedo, el ruido, el cansancio..., tiran de nosotros hacia abajo. Aprende a estar a gusto contigo mismo. Un proverbio chino dice: “Mantén una rama verde en tu corazón y el pájaro cantor vendrá”. Hagamos un viaje de introspección para encontrarnos con nuestra soledad. Durante las semanas que estuve dedicada a cuidar a mi pajarillo, en solitario, creé un espacio para él que me permitió encontrar serenidad para pensar. Le instalé en un cuarto de baño, donde prohibí la entrada a nadie más. El gorrión era muy demandante, y a la vez tenía su carácter. Tenía que alimentarlo cada hora y media, solo cuando él me llamaba. Me dediqué a mi pajarillo en cuerpo y alma y desconecté de todo lo demás. Mi obsesión era criarlo sano para que algún día pudiera volar y fuese libre... Hay una anécdota de Carl Jung, que dice que cuando se instalaron los primeros teléfonos avisó de que este invento iba a provocar que mucha gente se apartase de su vida interior. Esto fue hace más de un siglo, imagínate ahora si viera

Elsa Punset lleva
chaleco, Marciano
by Guess. Pantalón,
Cortana. Zapatos,
Jimmy Choo.



lo desconectados que estamos de nosotros mismos con nuestros móviles. Creo que la ausencia de interioridad explica una buena parte de los problemas de salud mental que padecemos.

¿Con qué recursos contamos para reconciliarnos con nosotros mismos?

Yo destaco dos: la intuición y la alegría innata. Parecen obviedades, pero hay que recordarlas. Cuando peor me ha ido en la vida es cuando he dado la espalda a mi intuición. A veces buscamos justificaciones para convencernos de que tenemos que estar en lugares o con personas que no nos hacen sentir bien. La intuición nos avisa, pero no la escuchamos. La vida también es aguantar cosas que nos disgustan, por supuesto, pero hay que saber por qué estamos aguantando y cuál es nuestro límite. Por otro lado, la alegría de vivir está muy sola en el panorama emocional. La vamos olvidando, y acabamos anulándola. Nuestro cerebro está programado para sobrevivir, no para ser feliz, así que conviene hacer el ejercicio de recuperar esa alegría innata que sentíamos cuando éramos niños. El niño no permite que la ira, el miedo, el asco o la tristeza apaguen ese brillo del asombro y el juego. Los humanos necesitamos infancias largas y protegidas para garantizar nuestra supervivencia física, pero en ese tiempo de aprendizaje perdemos la enorme capacidad de optimismo, de alegría y creatividad con las que nacemos. Con lo cual, no es difícil alcanzar la vida adulta agotados y decepcionados. Es im-

portante reconocer las emociones negativas y evitar que nos dominen.

Decía en una entrevista Eduardo Mendoza que lo que somos y lo que hacemos en la vida lo aprendemos en los primeros ocho años de vida, que el resto son "refritos".

Ese refrito es precisamente lo que yo trato de evitar. Se calcula que más o menos un tercio de las familias son emocionalmente inteligentes. ¿Qué pasa con los demás? Es decir, muchos niños crecen sin un aprendizaje emocional, no saben qué hacer con sus sentimientos y no tienen referencias. Hay un capítulo en el que hablo de mi madre y de

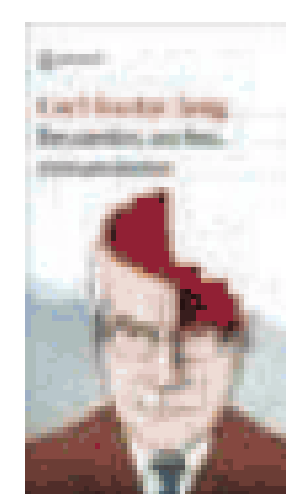
una conversación sobre el amor que mantuve con ella. Yo lo llamo "Los amores averiados". Es increíble la cantidad de tiempo que perdemos los humanos confundiendo enamoramiento y amor. Mi madre, a sus casi cien años, reconoció que a ella, como a muchas mujeres, les educaron en la idea de que el amor es un asunto más femenino que masculino, porque "los hombres piensan y las mujeres sienten". Confesó que antes creía que las mujeres no sabían pensar. "Ahora veo que las mujeres sí pueden pensar, lo que pasa es que pensar y sentir a la vez es difícil, y hay que ser sabio, seas hombre o mujer, para lograr integrar las dos cosas. Lo que pasa es que a las mujeres nos obligan solo a sentir, y encima a sentir tonterías, a ocuparnos con cosas frívolas como la apariencia física, el maquillaje, ser agradables, cuidar del hogar, planificar las comidas, preocuparte de cómo se siente todo el mundo...", dijo. Tengo muchas conversaciones con mi madre y mis hijas. Al final acabamos riéndonos, porque con el tiempo hemos



Elsa Punset en su casa de Madrid junto al manuscrito de *Alas para volar*, con conjunto de Mango.

"MIS IMPRESCINDIBLES"

Tu libro de cabecera. *Orgullo y prejuicio*, de Jane Austen.



ños, pensamientos, de Carl G. Jung. **Una experiencia** los 13 años y ganar cada año el "Premio al internatener frío. **Una canción que te da subidón.** *Bird*

do, de Mike Newell. **Un paisaje.** Las rías gallegas, contempladas desde mi kaun mundo en el que no haya vidas pequeñas o prescindibles. **Una inspiración.** La enerb brutal de vivir desde la ternura y el amor. **Una época que te gustaría visitar en una futuro.** **Tu leit motiv.** El optimismo radical: vislumbrar, hacer, mejorar, transformar.



La lectura que más has recomendado. *Recuerdos, suecia que te cambió la vida.* Irme a un internado inglés a do que menos calefacción consume". Nunca he vuelto a *Set Free*, de Sia. **Tu película preferida.** *Un abril encanta-*



yak. **Un sueño.** Vivir en gía femenina: el coraje máquina del tiempo. El

“Ahora hago como Jane Fonda. Cuando alguien me cae bien, simplemente me acerco y digo: ¿quieres ser mi amigo?”

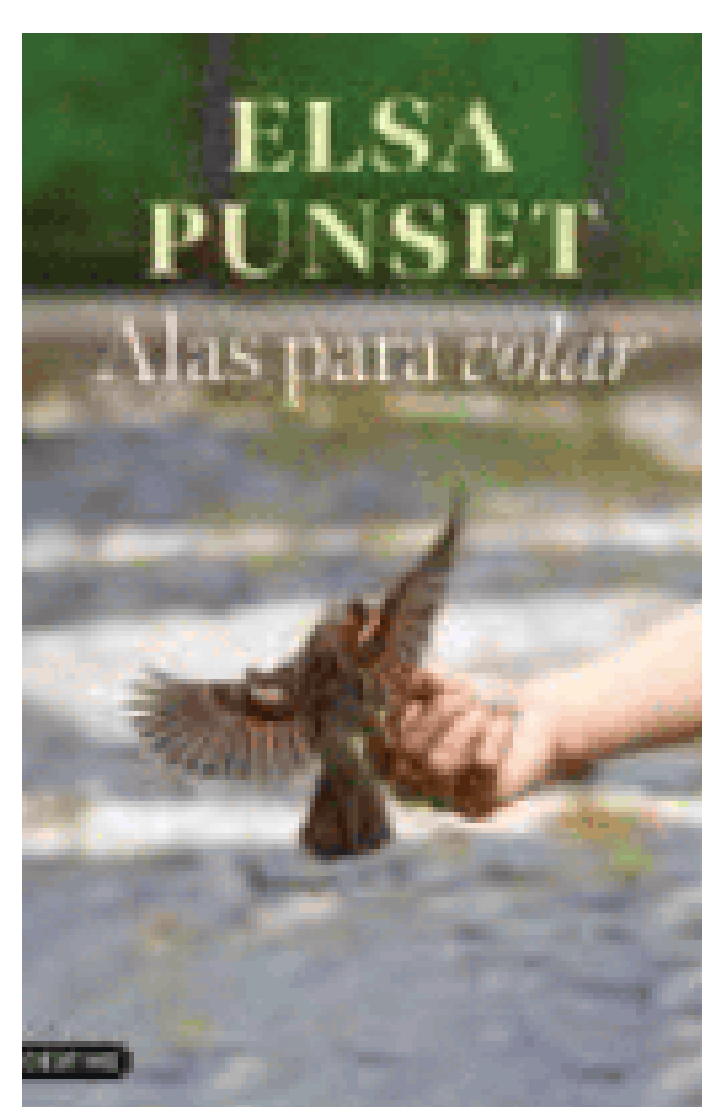
aprendido a reírnos de todo, incluso de lo que duele. Creo que el enamoramiento es algo que no hay que tomarse muy en serio, y que tiene poco que ver con el amor. Discuto con mi madre porque dice que voy a meterles miedo a las niñas con los hombres, pero tienen que saber de qué va esto. Las mujeres hemos tenido un papel muy ingrato en el amor. Nos cargaron con el peso de los cuidados del mundo. En cuanto intentabas sacar las alas o hacer algo diferente, te las cortaban. Es muy cómodo para la sociedad que sean solo las mujeres las que se ocupen de lo importante. De esto hablo cuando hablo del amor. Las mujeres tenemos que salir de ese sentimiento pequeño, desplegarlos en toda nuestra dimensión y decidir qué queremos hacer con nuestra vida.

“Eres infeliz porque crees que existe una cosa que se llama felicidad”, ¿está de acuerdo con esta frase de Lorrie Moore?

Hay un tipo de intelectuales que son muy cínicos con la felicidad. Yo creo que es porque no la han encontrado ellos, y prefieren decir que no existe. Una de las mejores maneras para encontrar la felicidad es no pensar demasiado en el pasado ni en el porvenir. Estar en el presente. Es un engaño pensar que la felicidad viene en un paquete maravilloso y lleno de adornos. Llega a ráfagas, y no siempre, solo si te esfuerzas por no dejar escapar esos momentos de cada día. No me gustan los que dicen que la vida es horrible. ¡Todo lo contrario, es un milagro constante!

¿Por qué decides darle el protagonismo de tu libro a un pequeño gorrión?

Para mí, este animalillo en apariencia tan insignificante es una forma de volver a la naturaleza. Durante 350.000 generaciones los seres humanos hemos seguido el ritmo de la naturaleza, pero en menos de dos siglos hemos construido grandes ciudades para vivir en un sistema que nos hace infelices. Cuando convives con un ser vivo tan indefenso que puede morir en cualquier momento, que está aterrado porque todo lo que le rodea le es extraño, tienes que aprender a comunicarte con él para transmitirle amor y cuidados. Creo que hemos olvidado esta ternura en nuestra vida cotidiana. Volver a mirar y a tratar a los demás de otra manera, con más cariño, me sirvió mucho para tratarme a mí misma de esa forma. Estoy convencida de que mi gorrión me dio mucho más a



Reflexiones prácticas. A través del relato de sus vivencias, Elsa Punset nos da algunas claves para reconectar con la vida y recuperar la alegría cuando perdemos el rumbo.

mí de lo que yo le pude dar a él. No le puse nombre, para no apegarme demasiado, y cuando terminó el verano lo llevé a un centro de protección de aves. Esta experiencia me inspiró también para poner en marcha la Fundación Punset Terra Viva, que quiere ser un puente entre la naturaleza y la salud mental.

Así que el consejo parece sencillo: Deberíamos estar más pendientes de estar alegres.

Y también deberíamos ser más introspectivos. No dejemos que los malos momentos entierren nuestra capacidad para la alegría, para la creatividad, para la conexión con los demás. A menudo vivimos de manera automática, cargados de prejuicios y malos hábitos, muchos de ellos heredados de nuestra infancia, sin reflexionar. Yo arrastraba muchos patrones de mi infancia que he tenido que visitar para corregirlos. Esto a veces es doloroso, pero no puedes echar la culpa de todo a tus padres. Te educaron con lo que tenían. Hay que afrontarlo y decir: “Eso no me funcionó, no estaba bien, voy a cambiar”.

¿Cómo fue su infancia?

Mis padres eran exiliados y viví en muchos sitios. Me marcó especialmente Haití. Yo tenía siete años y ya me daba cuenta de todo. Teníamos una casa con un enorme ventanal donde a veces los pájaros se estampaban. Allí creían en el vudú. Me decían que si ponía esos pájaros en una caja con vinagre, los enterraba y hacía un ritual, volvían a la vida. Recuerdo que no podía entender que los adultos no dieran importancia a los pájaros heridos. No hay vidas pequeñas. A los seres humanos nos hace mucho daño vivir de espaldas a la naturaleza. En un viaje a Sri Lanka, subí a un monasterio y me crucé con un

monje que estaba recolectando hierbas. Vi como un cervatillo se acercaba a él. Ambos juntaron sus cabezas y el monje estuvo acariciándole durante unos segundos. Fue una imagen de otro mundo. ¿Cómo es posible que en Europa hayamos perdido esto? Estoy convencida de que la desigualdad y la desconexión con nuestro entorno nos enferma cada vez más.

¿Y qué hacemos, a estas alturas?

Podemos hacer muchas cosas, sin necesidad de irnos a Sri Lanka. Una de ellas es valorar más la amistad. Los humanos, a medida que cumplimos años, perdemos capital social, amistades, nos enrocamos en nuestro mundo y nuestros “problemas”. Aquí entra mi adoración por Jane Fonda, una mujer fantástica. En una entrevista decía que, a sus 87 años, siempre está rodeada de amigos. ¿Cómo lo hace? Explicaba: “Ya no tengo tiempo que perder, así que si alguien me cae bien, me acerco a esa persona y le pregunto: ¿quieres ser mi amigo?”. Yo he puesto en práctica esta técnica y puedo asegurar que funciona. Ya tengo mis primeros “amigos Jane Fonda”. Quizá para abrirnos al mundo lo único que necesitamos es hacer esa pregunta. **T**

Maquillaje y peluquería: Manu Moreno (NS Management) para Givenchy y L'Oréal.

Todo el mundo habla de ello

Fendi atiborra de prendas de piel el desfile de su centenario; Gucci presenta grandes abrigos de pelo sintético inspirados en los 70; y Miu Miu mira a los 50 con sus estolas. Real, sintética o bio-leather, el regreso de la piel es el gran asunto de la temporada.

—Realiza: Alicia Chapa.
Fotos: Jonathan Segade.





Estola larga de piel,
jersey de canalé rosa y
broche dorado en
forma de flor y
pantalón de punto
caldero. Todo, Miu Miu.



Maxi abrigo de piel,
camiseta y diadema
negra, salones de tacón.
Todo, Balenciaga.

Camiseta negra
y bolero de piel,
Dior. Pendientes
de oro, Durán.







Abrigo con estola de piel y plumas y bailarinas negras. Todo, Sportmax.

En la otra página, abrigo, sobre falda rematada en colas de piel. Polo rosa. Todo, Rabanne.
Pañuelo de seda, Hermès y salones de tacón marrón, Prada.



Cárdigan de punto crudo y pantalón largo de piel beige.
Todo, Ermanno Scervino. Gargantilla rígida, Tous.

En la otra página, chaquetón de pelo sobre camisa masculina azul, shorts grises,
bolso *Dada* gris y mocasines negros. Todo, Prada.





Torera de piel marrón, sobre camisa con estampado pitón y falda de cuero. Todo, Zimmermann.

En la otra página, chaqueta de terciopelo negro ribeteada en plumas, falda con cinturón y tocado negro. Todo, Louis Vuitton.





Bomber de piel, Marciano by
Guess, sobre camisa de cuadros,
Guess y pantalón de pana
marrón, Antik Batik. Mocasines
con tacón, Jimmy Choo. Sortija,
Rabanne, corbata vintage,
Ferragamo y gafas de sol, Etro.



Chaleco largo de piel,
sobre polo de seda
rosa y bolso Spy. Todo,
Fendi. Pendientes
largos, Thomas Sabo.



Abrigo de punto azul marino con cuello blanco de piel y jersey mantequilla. Todo, Loewe.



Cazadora vaquera con broches, sobre cazadora de piel, culotte negro, y botas moteras negras.

Todo, Dolce & Gabbana. Camisa de seda gris, Tot-Hom.

Maquillaje y peluquería: Jordi Fontana's (Ana Prado) para Chanel y Miriam Quevedo. Modelo: Bess van Noord (Platform Agency). Ayudante digital: Dani Caparrós. Ayudante de estilismo: Cecilia Lozano.

moda

Vestido corto de lana
verde claro, Chanel.

UNATURISTA



Abrigo largo de cuero
haciendo tiras, vestido
y zapatos de cordones,
todo Loewe. Medias
negras, Calzedonia.

Para qué irse a Manhattan
o a *la City*... Nos inspira
la ciudad que en una
canción de Quique
González se mezcla
“con Gelocatil” y donde
el escritor Antonio Lucas
aprendió “que lo humano
es algo superior al
hombre”. De Las Ventas
a Chamberí es “casa”.
La vestimos.

—Realiza: Cristina Gía. Vivanco.
Fotos: Pepe Lóbez.

EN MADRID



Falda roja, blusa
de lana color burdeos
y bolso rojo con
cadena modelo
Tumulte, todo Prada.



Jersey de canalé rosa, falda color teja, medias efecto rotos, sandalias verdes y gafas de sol, todo, Miu Miu.



Cazadora y falda
de piel verde claro,
Teresa Helbig.
Body blanco, Zara.
Salones destalonados,
Jimmy Choo.



Chaqueta con mangas farol y cinturón, pantalón azul de seda y bolso de piel beige modelo Spy, todo Fendi.

Madrid, la primera vez

Cómo será ver por primera vez Madrid. Pasear, escuchar, oler, tomarse un agua de cebada en el puesto de la calle Narváez y una cerveza de media tarde en la terraza de Casa Paco. O ir al Café Varela a empuñar un vino rodeado de buenos gallegos. Cómo será besarse por

primera vez en el Parque del Oeste o entrar de golpe en El Retiro para rematar el paseo en el Museo del Prado. Y cómo será subir o bajar por la Cuesta de Moyano y comprar un libro de quinta mano y sentarse en el Patio del Museo Reina Sofía. Cómo será ver por primera vez el Guernica porque estás en Madrid, incluso los Kandisky del Thyssen. Antes quizá estuviste en la Plaza del Callao, donde la vida sucede de otra manera entre el calambre de la ciudad y su eco de poblachón manchego. La mejor industria de Madrid es la noche inmensa

de todos. Mejor aún que el poder de unos cuantos que casi nunca aparecen. En Madrid existe una manía capitalista de enseñar siempre el dinero, la deuda, la pobreza, la opulencia. El dinero en cualquiera de sus versiones. Cómo será entrar por primera vez en la Chocolatería San Ginés, un poco más allá del dulce y mínimo Oratorio del Santo Niño del Remedio. Por ejemplo. Cualquier vez primera en Madrid tiene algo inaugural, como de estrenar el mundo.

“MADRID ALGUNOS
DÍAS ES UN SEXTO
CONTINENTE QUE
VA CREANDO
UNA SENSACIÓN
DE LUGAR VIBRANTE,
DE ESPACIO
SIDERAL, DE CORRAL
DE COMEDIAS”.

Ahora exagero, como es costumbre aquí -no es presunción, sino entusiasmo-: Madrid algunos días es un sexto continente que va creando una sensación de lugar vibrante, de espacio sideral, de corral de comedias. Cuando al fin la conoces se expande dentro de ti y unta de forma exponencial todos tus sentidos. Esa sensación de tener Madrid dentro te acompaña por todos los ámbitos del planeta. Se parece a la manera en que se encarama la hiedra a algunos hoteles. Parece sencillo, pero no lo es. Ocurre si acaso con París, Venecia, Roma, Nueva York, algunas islas griegas. Poco más.

Madrid es un secreto guardado por las horas y lo es de punta a punta, en plazas y jardines, terrazas, estadios, galerías de arte, locales de Chanel y la calle Almirante, bares con barra de estaño, alpargaterías y colmados donde trabajan el esparto. También sucede lo imprevisto en el Rastro. Y es que Madrid tiene algo de primera vez toda la vida.

Por Antonio Lucas



Camisa roja de seda,
minifalda con doble
botonadura y cinturón,
todo, Ferragamo.
Camiseta souvenir
"I Love Madrid".





Mini vestido de
lentejuelas blancas
ribeteado en plumas
Dolce & Gabbana.
Botas de piel color
mantequilla,
Jimmy Choo.

En la otra página,
vestido de raso con
lazadas en los hombros,
Nº 21. Salones de
terciopelo color
burdeos, Aquazzura;
medias, Max Mara y
gafas de sol, Prada.



Jersey de mohair y
maxi falda burdeos con
gran abertura. Todo,
Max Mara. Botas,
Jimmy Choo.



Mini vestido en denim
rojo lavado con
pedrería, Louis Vuitton.



Vestido de seda
naranja con apliques
bordados en pedrería,
Etro. Sombrero de
fieltro, Maison Ola.



Vestido Pleats
Please de seda
burdeos,
Issey Miyake.

*Modelo: Zita Dobar Line-up modelmanagement)
Peluqueria y Maquillaje: Ricardo Calero (Uno Artist)
para Salon 44, Chanel y Oribe.*

La fotógrafa y artista mexicana Graciela Iturbide, premio Princesa de Asturias de las Artes 2025, en su estudio de Ciudad de México donde guarda su archivo. Lleva vestido de Carla Fernández, creadora de una de las marcas de moda más reconocidas de México que trabaja con artesanas locales.

La mirada mestiza



La gran fotógrafa mexicana
GRACIELA ITURBIDE, premio
Princesa de Asturias de las Artes
2025, tuvo una infancia conservadora
de “obispos y arzobispos”, como dice
ella. Se casó pronto, estudió cine, fue
actriz y asistente de Manuel Álvarez
Bravo, uno de los grandes de la
fotografía mexicana de los años 40.
“Mi cámara siempre ha sido un
pretexto para conocer la vida”, afirma
en esta reveladora entrevista.

—Lucía Francesch. Fotos: Nuria Lagarde.
Coordina: Elena Navarro.



El mobiliario del estudio de la fotógrafa en el Barrio del Niño Jesús en CDMX, es una combinación entre artesanía, muebles contemporáneos y antigüedades que la artista ha ido coleccionando. En la otra pág., su estudio surge entre las casas colindantes, como una torre de barro rojo proyectada por el estudio de Mauricio Rocha (su hijo) + Gabriela Carrillo. La conexión con los patios ajardinados con una variedad de plantas regionales, acentúa su carácter doméstico.



“Mi papá me fotografiaba, y yo le ayudaba en su laboratorio. Me daba curiosidad ese mundo de luz roja y papeles mojados. Aunque yo quería estudiar literatura, porque soñaba con ser escritora, pero mi familia no me dejó”



A la izda., en el estudio de Iturbide, detalle de huevo gigante de avestruz de Madagascar, y otras antigüedades atesoradas a lo largo de los años.

Venimos del Prado de ver a Veronese y a la Virgen de Guadalupe”, dice Graciela Iturbide (Ciudad de México, 1942) con una energía envidiable y soltando los catálogos al botones, nada más atravesar el lobby del hotel Wellington. Es la hora del vermouth en un asfixiante sábado de junio en Madrid. “Siempre voy a la Virgen de Guadalupe a fotografiar las peregrinaciones, pero me interesa saber su verdadera historia. Porque eso de que se le apareció a Juan Diego y dejó impresa milagrosamente su imagen en la tilma que llevaba”... Y me mira entre pícara y curiosa con sus ojos bulbosos que casi no parpadean para ver qué cara pongo. “Entonces voy a leer a ver qué dice”.

Con su pelo corto de flequillo escueto y su estatura mínima, la reconocida fotógrafa mexicana me recuerda al camarógrafo Billy Kwan, inseparable de Mel Gibson en *El año que vivimos peligrosamente* (1982). Viste un delicado sari blanco bordado y joyas de plata. “El sari lo compré en un pueblito de la India hace más de 20 años y este collar es del joyero mexicano William Spratling, coetáneo a los grandes muralistas de los años 20: David Alfaro Siqueiros, Diego Rivera y José Clemente Orozco. Me lo regaló una galerista amiga, aunque creo que era de su mamá o de su abuela. No sé...” Al interesarme por el vendaje que le recorre el brazo izquierdo, confiesa: “¿Qué crees? me caí de la cama. Ya estaba vestida y todo, pero creo que me golpeé con un metalito que había en el bureau. Pero haga cuenta que yo pienso que fue Drácula el que me mordió” (y suelta una carejada desbordante que me desarma).

Recientemente galardonada con el premio Princesa de Asturias a las Artes 2025, se encuentra estos días en Madrid para la inauguración de una amplia retrospectiva de su obra: *Cuando habla la luz* en la Casa de México. 115 fotografías en blanco y negro que recorren 45 años de su trayectoria artística. Dueña de una mirada innovadora, su lente ha retratado la realidad social, no solo de México, sino de muchos otros países a los que le han invitado: Cuba, Alemania, India, Madagascar, Estados Unidos..., produciendo un ingente número de trabajos como *Naturata*, *El Baño de Frida*, *En el nombre del Padre*, *Tránsitos*, *Fiesta y muerte en México* o *Juchitán de las Mujeres*. La escritora Elena Poniatowska la radiografía en esta cita: “Graciela huyó de lo exótico, de la representación de la pobreza porque sí. Sus imágenes cuentan historias de vida y muerte con el conocimiento de quien convive con ambas, con un respeto a lo retratado que va más allá de lo que se deja intuir (...) y destilando el asombro en la vida cotidiana sin perseguirlo”.

A la cita con TELVA le acompañan Cándida Fernández de Calderón, directora del Fomento Cultural Banamex, y Elena Navarro (destacada comisaria y gestora cultural) y nuestro Ángel de la Guarda para que esta entrevista y las fotos que ilustran el reportaje lleguen a buen puerto.

¿Cómo fue el día que se enteró que le habían otorgado el Princesa de Asturias de las Artes de 2025?

Un día agri dulce. A las 4.30 de la mañana me habló un periodista de Asturias y, al ratito me dijo que había muerto mi amigo Sebastião Salgado. Por suerte había visto a Sebastião dos o tres días antes, cuando me mostró su exposición *Amazonia* en el Museo de Antropología de México, antes de que llegara la gente. Lo vi cansado, pero como él no me platicó nada, no me apuré. En otra ocasión recuerdo que estábamos en Arlés y me dijo: “Mira lo que me pasó Graciela”, tenía media cara paralizada. Cuando iba a París solía quedarme en su casa. Éramos muy amigos, también de Lélia, su mujer. Lo conocí en los años 70 cuando él preparaba su primer libro, *Otras Américas*, e Isabel Allende le mandó a que me hablara. Le conseguí una cita con los del Instituto Nacional Indigenista (INI), para poder fotografiar diferentes comunidades indígenas de México. Le tomé una foto cuando tenía pelo. ¡No sabe qué guapo era!, ¡reguapo!

Creció en una familia numerosa y conservadora de Ciudad de México en los años 50. ¿Cómo influyó ese entorno en su sensibilidad artística?

Soy la mayor de 13 hermanos. Mi padre era fotógrafo aficionado y recuerdo que yo robaba las fotos que mi papá nos tomaba y me castigaba. Él me enseñó a usar una cámara Brownie, con la que a los 11 años comencé a tomar mis primeras fotos. Mi papá me fotografiaba, y a veces yo le ayudaba en su laboratorio. Me daba curiosidad ese mundo de luz roja y papeles mojados. Aunque yo quería estudiar literatura, porque soñaba con ser escritora, pero mi familia que era hiper conservadora no me dejó. Es que todavía hoy soy la oveja negra, mejor

La fotógrafa en su estudio de CDMX fotografiada por Nuria Lagarde con un "capelo" o campana de vidrio transparente sobre su rostro. Lleva pendientes de plata mexicana y vestido de Carla Fernández, la diseñadora que lleva años colaborando con artesanas locales de México.





"Mujer Ángel", Desierto de Sonora, México, 1979. La mujer del pueblo Seri surgió como una aparición en su camino portando un transistor. "Es una foto que siento que el desierto me regaló", declaró Iturbide años después.



“He trabajado con los habitantes de pueblos originarios de México durmiendo en sus casas y acompañando a las mujeres al mercado a vender los jitomates. Mi cámara siempre ha sido un pretexto para conocer su cultura”



Tres fotos para la historia

Jaipur, Rajastán, India (1998). Arriba. Desde 1980 Graciela cuenta que soñó la frase: “En mi tierra sembraré pájaros” y descubrió que tenía numerosos negativos sobre el tema que pensó publicar en un libro: *Pájaros*. Una delirante y a la vez reflexiva mezcla de pájaros reales que a veces se convierten en retratos, simulacros o parvadas que llegan a oscurecer el horizonte.

Mujer ángel (1979). En la doble pág. anterior. “Estaba documentándome sobre el pueblo Seri, en el desierto de Sonora (Arizona), por encargo del Instituto Nacional Indigenista y, al elegir las imágenes para el libro *Los que viven en la arena* me dice el editor Pablo Ortiz Monasterio. “¿Y esta foto?” Yo no la pude haber tomado, pues no la recuerdo, contesté. Si se fija, el pelo de ella se le queda así como amarrado... camina a través de la inmensidad del desierto dando la espalda a la cámara. Viste el traje tradicional de las mujeres Seris y en su mano cuelga una radio-grabadora. Fue como si mi cámara solita, hubiera tomado la foto. Un golpe de suerte”.

Nuestra señora de las iguanas (1979). En la otra pág. “En Juchitán las mujeres se ponen todo en la cabeza para venderlo en el mercado. Recuerdo que estaba allí cuando veo llegar a Zoraida para vender sus cosas en el suelo. Le digo: Por favor, un momentito. Veía que las iguanas se movían y ella se moría de risa. Yo llevaba la Rollei clásica que nada más tiene 12 fotos y, cuando me dio permiso para disparar, conseguí la única foto buena de toda la serie”.

Nuestra señora de
las iguanas (1979).
Técnica analógica
de impresión en plata
sobre gelatina.



dicho, ¡negrísima! de la familia. La rebelde. Aunque ahora mis hermanos ya me quieren un poquito (risas), porque ven que expongo y entonces todos quieren venir al estudio para que les tome fotos y les regale una.

¿Cómo recuerda su infancia?

De obispos y arzobispos, con una educación muy religiosa. Fíjate que en la casa de mi tía el Vaticano hasta le dio permiso para tener una pequeña capilla con el Santísimo expuesto todo el día. Estuve interna en el Sagrado Corazón tres años. No se podía casi ni hablar, pero allí aprendí a amar la soledad, y fue mi remedio. Además, me “eché

“Mi maestro Álvarez Bravo nunca me dijo si una foto mía era buena o no, pero recuerdo sus palabras: “Graciela, no se apresure”. Murió a los 100 años y en su laboratorio aún hoy puede leerse: “Todavía hay tiempo”

encima” todo el Siglo de Oro español, porque había una biblioteca con todos sus autores: Cervantes, Lope de Vega, Calderón de la Barca... A los 19 años me casé y enseguida tuve a mis tres niños: Manuel, Claudia (que falleció) y Mauricio. Mi esposo y papá de mis hijos (después me divorcié) era un arquitecto liberal. Cuando los niños se quedaban más o menos acostados a cargo de la empleada, yo me iba a estudiar cine a la CUEC, (Centro Universitario de Estudios Cinematográficos). Para mis papás aquello era inverosímil.

Estudió cine antes de dedicarse a la fotografía. ¿Qué le hizo cambiar de camino?

Y también fui actriz en la película *Los Nuestrós*, (1969) de Jaime Humberto Hermosillo ¡y hasta me dieron el premio de la Mejor Actriz del año!. Pero les dije: ¡No vayan a poner mi nombre!, porque si mi familia se enteraba me iba a desheredar (risas). Es que nosotros tuvimos una tía actriz, guapísima, que se llamaba Rebeca Iturbide, que hizo muchas de las películas de la Época de Oro del cine mexicano, pero le dejó de hablar la familia porque se volvió actriz. Luego cambié el cine por la fotografía porque en la escuela daba clases el fotógrafo Manuel Álvarez Bravo, y yo tenía su libro con la obra que hizo durante las olimpiadas (*Fotografías. México Programa Cultural de la XIX Olimpiada, 1968*). Un día se lo llevé a firmar y le dije: Ay maestro, ¿puedo venir a sus clases? Le admiraba mucho. Me dijo que sí y a los cuatro días me propuso ser su “achichinele”, que en náhuatl significa asistente. Lo recuerdo como un hombre muy solitario que te daba charlitas sobre la vida. En su casa tenía un laboratorio donde revelaba. Entonces yo empezaba a hacer mis primeras fotos más en serio y un día le pregun-

té: Maestro, ¿cómo se revela un buen rollo? pensando que me iba a decir... “usted tiene que ver...”. Pero me respondió: “Vaya a la tienda, compre un rollito y lea las instrucciones” (risas). Él nunca me dijo si una foto mía era buena o no, pero recuerdo sus palabras: “Graciela, hay tiempo. No se apresure”. Murió cuando tenía 100 años y aún hoy en su laboratorio se puede leer en un letrero: “Todavía hay tiempo”.

¿Recuerda la primera foto que disparó?

Fui a Zihuatanejo (México) a la playa con mis hijos y tomé un retrato a una niña recargada (apoyada) sobre un muro (creo que no está en esta expo). La revelé con un papel especial y se la llevé a enseñar a Álvarez Bravo. Lo único que me dijo fue: “¿Y con qué papel la hizo?” Entonces ya me di cuenta de que le gustaba.

El fotógrafo Ansel Adams decía: “Un fotógrafo no hace una foto solo con su cámara, también con los libros que ha leído, los viajes que ha hecho, las personas que ha amado”...

Por eso Álvarez Bravo me decía: “Tiene que leer mucho, Graciela”. Yo ya lo hacía desde niña, pero él me insistía: “Tiene que ver mucha pintura para la composición”. Pensaba: qué raro que me diga que vea pintura y no fotos... Ahora lo entiendo.

¿Cómo describiría la manera en la que observa el mundo a través de su lente?

Es que para mí, vaya por donde vaya, nunca tengo guiones. Hago sobre la marcha lo

que se me antoja sin la técnica de buscar el ángulo, la luz... He trabajado en pueblos originarios de México como Juchitán y Chocholtecos quedándome con sus habitantes un tiempo largo, durmiendo en sus casas y acompañando a las mujeres al mercado a vender los jitomates o a la fiesta del lagarto. Mi cámara siempre ha sido un pretexto para conocer la vida y, en el caso de los pueblos de mi país, descubrir su cultura. Lo que no me gusta es tomar fotos si veo un pordiosero por la calle. ¿Para qué? No es mi estilo. Prefiero fotografiar a la gente de una manera digna.

Algunas de las fotos que le han hecho célebre consiguieron la “inmortalidad” pues se quedaron en las casas de las mujeres zapotecas de Juchitán y de los Seris que fotografió con su Leica. No he oído a nadie que haga eso con su obra...

Fue una enseñanza del pintor Francisco Toledo, pues cuando me invitó a hacer aquella serie de fotografías, que dieron lugar al libro *Juchitán de las mujeres* (1989) me dijo: “Graciela, tiene que regresar a la Casa de la Cultura para que la gente se vea. Entonces les hice una exposición en la casita donde iba el doctor. Pero los seris empezaron a decir: “no gustar, no gustar”, porque yo hago blanco y negro y ellos estaban acostumbrados a que los americanos les fotografiasen a todo color. Recuerdo que iba con el antropólogo y amigo Luis Barjau y le advertí: por si acaso echamos la llave. Pero al día siguiente me fui a asomar y me encontré con que cada uno se había llevado su fotito.

En esta exposición hay un retrato mítico de un hombre (Manuel) vestido de esmoquin en pleno desierto de Sonora.

Sonora es un lugar de una austeridad total. Los hombres allí son muy altos y delgados porque tienen derecho a pescar en el vecino Mar de Cortés, con lo cual comen pu-

ro pescado, que asan a su manera. Cuando estuve en 1979 con Luis Barjau todos andaban de esmoquin porque en Hermosillo, la capital del estado, había un cantante muy famoso que se llamaba Rigo Tovar que siempre iba así vestido. Era como una estrella de rock. Imagínate con el calorón espantoso de aquel desierto y todos con sus corbatitas. Ahora veo las fotos y pienso ¿cómo no tomé más? Parecen como imágenes fuera de lugar. **También inmortalizó el baño de la Casa Azul de Frida Kahlo, durante muchos años cerrado, y esas imágenes se recopilaron en el libro *El baño de Frida Kahlo* (2008). ¿Cómo fue?**

Una sorpresa total para mí. Me habían dicho que fotografiara sus huipiles (vestidos tradicionales) pues Frida tenía muchos ya que su madre, Matilde Calderón, era oaxaqueña. Sin embargo, no los pude hacer, porque yo no soy ni de luces, ni de flashes ni de nada de eso. Pero capturar objetos personales, como sus corsés, muletas o medicamentos que habían permanecido ocultos durante décadas, fue como evocar el sufrimiento y la fortaleza de la artista. *(En una de las fotografías, Iturbide se autorretrata con sus propios pies, recientemente operados, descansando en la bañera de Kahlo, evocando la pintura Lo que el agua me dio de Kahlo).*

¿Puede contarme una anécdota especial de alguno de sus viajes?

La India me impresionó mucho. Es el cielo y el infierno. Recuerdo que ahí enfrentito de la puerta del hotel en el que me quedaba en Benarés, junto al Ganges, había un hombre sentado, que no era un mendigo ni de una casta baja, sino una persona que había decidido dejar el mundo, no para convertirse en rata, sino para dedicarse espiritualmente a algo, encarnado en otro hombre. Una especie de rey. Siempre me paraba junto a él y le regalaba un cigarrito. La gente suele darles un poco de arroz. El día que vino mi coche para regresarme al aeropuerto, se paró y me dio un abrazo. Fue ¡tan hermoso!...

¿Hay alguna imagen que se arrepiente no haber hecho?

Recuerdo que estaba tomando una foto de una bicicleta con unos pollos colgando junto a un mercado en México (y me señala la del catálogo) porque me llamaron la atención los pollitos. Por atrás de mí pasó una novia ya mayor, con alguien levantando mucho polvo que le iba recogiendo el velo. Era como una escena de Pasolini. Me quedé tan maravillada que no apreté el botón de la cámara. ¡Qué tonta!, ¿verdad?

Tuvo una hija que falleció a los seis años y cuenta que su terapia fue fotografiar “angelitos” (niños que mueren a corta edad) ¿Puede contarlo?

Sí, mi hijita Claudia murió de repente, por una varicela. El doctor de cabecera fue a verla al hospital y Claudia estaba bien. Pero en cuanto cerró la puerta de la habitación, ella murió. Fue una cosa de tres días. Entonces lo primero que hice fue correr a decirles a mis otros hijos lo que había pasado. Y ellos, que aún eran chiquitos, lloraban diciéndole: “Claudia, perdóname que ayer te regañé; Claudia, perdóname que ayer...” ¡Muy duro! ¿Pero sabe qué? La muerte de mi hija me “ayudó” en cierta medida porque me volví más fotógrafa. Como que necesité ver el mundo para olvidarme un poco de su muerte.

Hay una serie de fotos de ángeles, que usted hizo precisamente después de su fallecimiento. ¿Fue esa su terapia?

Sí, fotografié muchos “angelitos” (niños) que cuando, de recién nacidos o más grandecitos mueren, los ponen en una cajita con flores y los amortajan con sus mejores ropas. Cada vez que iba a los pueblos de México les pedía permiso a los familiares para tomarles fotos. Tengo muchas. Un día voy a hacer un librito. En México jugamos y lloramos con la muerte. En una ocasión, en el cementerio de Dolores Hidalgo, un señor traía cargado en el hombro un angelito y se volteó como para decirme que había algo

“La muerte de mi hijita a los seis años me “ayudó” porque me volví más fotógrafa. Como que necesité ver el mundo para olvidarme un poco de su muerte. Hasta que un día la propia muerte me dijo: ¡basta!”

raro en el camino. Miré y era el cadáver de un hombre con media cara picoteada. Yo por respeto al señor nada más tomé tres fotos. Y ahí sentí la muerte que me decía “Graciela, basta”. Luego aparecieron un montón de pájaros, que yo llamo los pájaros de la muerte. Y así empecé a hacer los pájaros de la muerte, de la vida, de la libertad... No podía seguir sufriendo más por la muerte de mi hija ni continuar con mis terapias de llorar y fotografiar.

A sus 83 años, sigue activa y presente en exposiciones de todo el mundo. ¿Qué le sigue moviendo?

A los pueblos originarios de México, como ahora hay mucho narco, ya no voy. Todo está fatal por culpa del presidente este que tenemos. Horrible, con todos esos feminicidios y ataques perversos contra las mujeres que no se pueden permitir. Así que ahora voy fotografiando lo que me sorprende. Por ejemplo, acabo de estar en Lanzarote y estoy fascinada con los volcanes, la lava, las piedras, los cactus...

¿Qué tiene pensado decir en su discurso de agradecimiento por el premio Princesa de Asturias en Oviedo el próximo 25 de octubre?

Tengo que preparármelo bien. Porque con eso de que este presidente nuestro tarado (con perdón) quiere que los españoles nos pidan perdón.... Quiero decir aquí en España que soy mestiza; hablar de Malintzin, de Moctezuma.

Mestiza porque por sus venas corre sangre mexicana, vasca, asturiana, andaluza...

Creo que tuve un bisabuelo que era de Andalucía, de Jaén. Y como a mí me encantan los gitanos siempre he pensado: Ojalá que aquel bisabuelo mío haya tenido un hijo gitano (risas) Sí, soy mestiza, mestiza. **T**



Un encuentro revelador

Por Laura Chivite

Todos los años ocurría lo mismo: Laurita llegaba a Zarauz a principios de verano, en un estado entre letárgico y desesperado, huyendo de Madrid y de todo el desencanto que había ido acumulando los meses anteriores. Llegaba con ojeras y el pelo encrespado, con una mirada de tarada absoluta y con la necesidad de estar en silencio sepulcral durante unas semanas. Llegaba, en general, enfadada con la vida, con su trabajo, con la industria a la que dedicaba su tiempo, con sus amantes. Llegaba harta de la ciudad, de ese estado eufórico en el que se encontraba la mayoría de los días, que tantas veces confundía con felicidad y que era, en realidad, algo mucho más parecido a la histeria. Y llegaba siempre, también, con los mismos objetivos: recuperar la calma, rebajar la neurosis, recordar quién era, odiar menos, etc...

Metas bastante egomaniacas, por otro lado, poco generosas, poco colectivas. Pero Laurita había nacido así, con todo dado, y por eso nunca tuvo otro objetivo que el de mantenerse durante el mayor tiempo posible en el punto más álgido de la pirámide de Maslow. Aunque nunca había sido capaz de esforzarse por algo que no fuera su autorrealización, por lo menos era consciente de ello, conocía los recovecos y debilidades de su psique y se sentía, en la medida de lo posible, en paz. O sea, que no se sentía culpable por haber tenido acceso a, básicamente, todo y, de hecho, le provocaba un placer profundo saberse conocedora de los perturbadores y deliciosos trucos a los que solo tienen acceso aquellas personas que han crecido con las puertas abiertas.

Solía llegar en coche, a finales de junio, y se quedaba en una casa en primera línea de playa que le dejó su tía Carla Carlota después de morir. Carla Carlota siempre había sido rica y soltera, y también cruel, tirana y retorcida. Un ser solitario que había dedicado sus días a la acumulación de secretos y a la difusión discreta pero sibilina de éstos. Por alguna razón, adoraba a Laurita. Odiaba al resto de sus sobrinos, al resto de su familia, pero adoraba a Laurita, así que le dejó toda la herencia a ella.

El mar entraba por el gran ventanal, casi parecía que estaba dentro de la casa, y no era difícil sentir que todo lo demás, todo lo que no estuviera dentro de ese salón, carecía por completo de importancia. Esa era precisamente la sensación que Laurita perseguía cada año, cuando volvía desquiciada de la ciudad. Y siempre, sin excepción, la hallaba. Miraba el retrato de Carla Carlota en la pared, ese morro apretado, esa frente dura y vasca en la que se podría jugar a pelota, esos ojos sin vida, como de ratón después de un experimento, y se sentía feliz. Ella siempre confió en la bondad oculta de Carla Carlota. Raras veces llegó a vislumbrarla, pero nunca perdió la fe en ella.

Todas las mañanas, en ese proceso anual de sanación y recuperación del yo, Laurita se despertaba a las siete de la mañana, iba a desayunar a una cafetería del pueblo y después iba por la costa hasta el pueblo pesquero de al lado, Getaria, por un camino ondeante por el que las olas chocaban con las rocas y a veces la salpicaban. Cada vez que ocurría, cada vez que algunas gotas de la mañana nueva le refrescaban la cara recién despertada por el café, Laurita sonreía y soltaba un suspiro de bienestar. Se cruzaba con paseantes madrugadores y los saludaba a todos, con un entusiasmo medido, que no revelase cuánto significaba en realidad para ella estar allí, dando esos paseos; cuán lejanos le parecían ahora todos los embrollos frívolos y romances mediocres en los que se veía envuelta durante el resto del año. Hacía tan solo unas semanas, por ejemplo, una compañera de trabajo le había dicho, durante una discusión: "Crees que disimulas tu maldad con todos esos comentarios aparentemente

amables que sueltas cada día, pero no eres tan buena actriz. Veo y sé lo rastrera que eres, conozco las traiciones y las barbaridades que has hecho en la empresa y voy a acabar contigo". En ese momento, naturalmente, a Laurita le preocupó y ofendió escuchar eso, pero ya nada importaba. Esa pelea era ahora tan irreal como el sueño que había tenido esa noche.

Cuando llegaba a Getaria, bajaba por unas escaleras de piedra hasta la playa y se daba un baño desnuda. Nadaba durante media hora de un lado a otro y, cuando tenía el cuerpo relajado, dedicaba unos minutos a hacer apneas debajo del agua. Su técnica había mejorado tanto con los años que llegaba a aguantar casi cinco minutos sin respirar, y en esos momentos, con la mente casi en blanco, en ese estado meditativo, un único pensamiento le rondaba la cabeza a Laurita: "Soy capaz de cualquier cosa". A pesar de no haber conseguido ningún logro reseñable en su vida y de tener un aspecto común, rozando lo ordinario, Laurita siempre había tenido muy buena autoestima, estaba convencida de que era La Elegida. ¿La Elegida de qué? Eso no lo tenía claro. Poseedora de algún don misterioso, de cualidades que el resto no tenía y a las que ella no era tampoco muy capaz de darles forma, pero suyas.

El caso es que hacía apneas, y una vez, una mujer muy preocupada, se lanzó al agua pensando que Laurita había muerto y flotaba en el agua. Nadó hasta ella, la zarandéo para que se espabilase y Laurita, enfadada por haber visto arruinado su ejercicio diario de ahogamiento voluntario, le dijo: "Señora, ¿qué cojones hace? ¿No ve que estoy haciendo apneas? ¿No sabe lo que son las putas apneas?". Porque sí: cada verano en Zarauz, Laurita lograba que su interior se tranquilizase, pero su actitud hacia el mundo no variaba mucho. Era, desde muy pequeña, una persona patológicamente desagradable.

Un día, cuando ya llevaba un par de semanas allí, decidió visitar el museo Cristóbal Balenciaga de Getaria. Ya había estado antes, pero nunca lograba entender la belleza de sus diseños, la belleza del edificio, así que se dijo a sí misma que esta vez iba a conseguirlo. Esperó media hora apoyada en la fachada de aluminio negro de estilo minimalista, fumándose un cigarro y mirando al mar en el que se había estado bañando unos minutos antes. Cuando abrió, Laurita fue la única persona en entrar. Todas esas salas diáfanas con volúmenes suspendidos eran solo para ella, y así, en chancletas y con el pelo mojado, se propuso deleitarse de verdad con esas telas antiguas.

No se escuchaba nada, no había nadie: tan solo ella y los trajes, ella y un arte al que nunca había sido capaz de acceder. De pronto, con el ceño fruncido, mientras miraba muy concentrada un vestido marrón, una voz le dijo:

—Eso fue mío.

Laurita se sobresaltó. Al principio no supo de dónde venía, pero a su derecha apareció una mujer muy elegante, con un recogido abultado, joyas, unos guantes largos y negros y una mirada profunda, triste y despierta, de color aguamarina, que parecía decirle: "No te mereces estar aquí".

—¿Sabes quién soy? —le preguntó la mujer entre susurros.

—¿Cómo voy a saber quién eres? —le respondió Laurita con voz chillona.

—Soy Mona Von Bismarck. ¿No sabes quién fui? ¿No sabes quién fue Mona Von Bismarck?

—¿Y a mí qué me importa quién fuiste o quién seas? —dijo Laurita en su tono habitual.

—¿Acaso eres idiota? —murmuró Mona. Después, tocándose la cara en un gesto evocador, continuó. —Bueno, nací en Kentucky, en 1897. Tuve una infancia cómoda y desgraciada. Después vine a Europa y Cristóbal me vistió durante los mejores años de mi vida. Me casé cinco veces, pero él fue el único hombre de mi vida... Dicen que era un déspota, un genio ególatra y apático, y lo era. Y tanto que lo era... Fue una serpiente malvada que odiaba a los seres humanos y solo pensaba en alcanzar la excelencia. Pero él y yo nos adorábamos... Sí, nos adorábamos. Cuando cerró su firma, me encerré en mi Villa Cap-Ferrat y estuve una semana sin salir de mi habitación. De luto, sollozando. Llorando por él y por mí, por la moda. Por el fin de la moda.

—Mira, yo no sé si esto forma parte de la decoración del Museo o algo así, pero de verdad que no me interesa quién seas. Prefiero que me dejes tranquila, estoy intentando conectar con estos trajes.

—Estúpida niña, soy un fantasma. Soy el fantasma de Mona Von Bismarck, y he venido a darte un mensaje.

Entonces, Mona, para que Laurita viera que era de verdad un fantasma, desapareció y volvió a aparecer en la sala, y lo hizo varias veces seguidas, como si alguien le estuviera dando sin parar a un interruptor. Tras esta demostración, Laurita tuvo que creerla, pero no mostró ningún signo de sorpresa, se mantuvo con una pose imperturbable, no se sabe si fingida o no. Aunque puede ser, en realidad, que no fuera fingida, porque la capacidad de asombro también tiene que ver con la inteligencia, y puesto que la de Laurita era más bien reducida, puede que no fuera capaz de asimilar lo extraordinario que estaba siendo ese encuentro espectral.

—Tienes que abandonar tu trabajo. Sea lo que sea a lo que te dediques, abandónalo. Naciste para dedicarte al diseño de moda. Tu nombre es Laurita, ¿verdad?

—Sí.

—Correcto. Entonces eres tú. Escúchame con atención: ¿ves todo esto que te rodea? Cáptalo, inspírate y dedícate a ello. Considéralo tu legado. Puedes hacer grandes cosas.

El fantasma de Mona Von Bismarck pasó una hora convenciendo a Laurita de que tenía que dedicarse a la moda. Y Laurita, que llevaba toda la vida esperando que alguien se diera cuenta de todo su potencial, la escuchó con atención. Con una atención completamente nueva, una atención que no había prestado en nada antes. Cuando hubo acabado su discurso de estímulo y motivación, Mona desapareció y Laurita salió del museo renovada.

El verano se desarrolló de manera suave. Laurita continuó con su rutina sanadora y fue planeando cómo daría ese giro a su vida. Dejaría el trabajo, haría diseños, contrataría a gente, invertiría en su marca con el dinero que sacase de la venta de la casa de Carla Carlota... Le contó su proyecto a todo el mundo, y todo el mundo la animó. Algo nuevo se abría ante ella, por fin había encontrado su vocación. Tan solo era cuestión de tiempo, en cuanto pusiera toda la maquinaria en marcha, el dinero que había invertido se multiplicaría exponencialmente. Al fin y al cabo, se lo había dicho Mona Von Bismarck, ese era su destino.



LAURA CHIVITE

Con su libro de relatos *Gente que ríe* (publicado en 2022) ganó el Premio Ojo Crítico de Narrativa. La reciente *El ataque de las cabras* es su brillante e imaginativa primera novela.

Con lo que no contaba Laurita es con que los fantasmas también mienten. Se les atribuye una especie de dignidad, como si el mero hecho de haber muerto les otorgara una honestidad y una lealtad de hierro. Pero no son más que meros reflejos de las personas que fueron una vez, habitualmente con peor genio, además. Si lo piensas, a nadie le puede poner de muy buen humor habitar las tinieblas a diario, sin fin. Así que sí, Mona Von Bismarck mintió a Laurita aquella mañana de julio en el Museo de Cristóbal Balenciaga. Y Laurita, al no tener ningún sentido de la estética, fracasó estrepitosamente y, en gran medida, se arruinó. Aún hoy, si una se acerca a las esquinas del Museo, puede oírse la risa perversa de esa aristócrata aburrida, la risa de Mona, la eterna clienta nostálgica. **T**

Ilustración: Jacobo Pérez-Enciso

Relato breve. "Laurita siempre había tenido muy buena autoestima, estaba convencida de que era La Elegida. ¿La Elegida, de qué? Eso no lo tenía claro".





Laura Ponte y Baruc Corazón

HABLEMOS (SÓLO) DE MODA

“De niña no me gustaba que me hicieran fotos, salvo cuando estaba disfrazada, ¡justo a lo que me dedico profesionalmente ahora!”, reconoce una de las modelos españolas más cotizadas de los años 90. “Sin embargo, a través de ese disfraz he podido conectar con muchas partes de mí que me divierten”. Sus facciones afiladas, con las que se podría cortar un tomate, y un lenguaje corporal casi actoral con el que crea personajes, le han asegurado la eternidad en el sector: a sus 52 años la piden desde Phoebe Philo hasta Versace. Su expresividad se duplica al lado del diseñador, pintor y amigo desde hace dos décadas Baruc Corazón. Juntos posan envueltos en arte bajo la colección de Loewe teñida por los tejidos y geometrías de Annie y Josef Albers. “De niño cada día yo era una película que iba desarrollando. Vestía con disfraces de jefe indio, de cosaco, de miembro de la guardia real griega”. Baruc lleva mocasines en honor al Tom Ripley de Patricia Highsmith y Laura se prueba los abrigos pensando en Bogart. “Todos quieren ser Cary Grant, incluso yo”, admitió el actor. Todos queremos ser ellos, en cualquiera de sus *aller ego*.

—Marta de la Calzada. Fotos: Javier Biosca. Realiza: Raquel Mejías.

En la otra pág., Laura Ponte con vestido de la nueva colección Annie y Josef Albers para Loewe. Baruc Corazón con jersey de lana, pantalón y botas Rivet, Loewe.



Laura con americana entallada en lana y seda; pantalón a juego; bailarinas Toy y bolso *Flamenco clutch* mediano en piel de napa de ternera. Todo, Loewe.

En la otra página, Laura con vestido drapeado en seda y bailarinas *Pebble Soft* de piel napa de cordero. Baruc con chaqueta con cinturón en lana y seda y pantalón con cinturón de lana. Todo, Loewe.



Este verano Laura Ponte (Vigo, 1973) perdió y ganó, en este orden. “¡A ver dónde encuentras tú una pulsera así, la gané en la feria de mi pueblo tirando a los dardos. Una semana antes había perdido un anillo de diamantes y otro de oro, pero considero que he ganado: con el mismo dardo exploté dos globos, así que le conseguí otra pulsera a mi amiga. Este verano gané la pulsera de la amistad, gané reír y pasármelo bien”. Pocas anécdotas definirían mejor la personalidad y *leggerezza* de Laura. Sí, tus amigos también te definen. “Mi amistad con Baruc fue un flechazo hace más de veinte años. Veo en él la pureza de un niño, a pesar de lo profundo que es. Parece decirte siempre: estoy abierto a las cosas, abierto a escucharte. Es un amigo del encuentro, no de la orden. Las cosas fluyen sin compromiso”. El diseñador Baruc Corazón (Madrid, 1964) este verano ha ganado en Menorca un colgante con una aguamarina “de la protección” tras perder la mitad de una pulsera de cuero que había comprado en San Francisco. “Me pongo la parte que queda, con una anilla grande en el centro que la hace parecer un reloj. Me encanta porque digo: este es el reloj de mi tiempo”.

¿CÓMO OS VESTÍAN DE NIÑOS?

Laura Ponte: Mi madre me hacía mucha ropa a medida, siempre llevaba un lazo en la cabeza y bordados por todas partes de *L.P., L.P., L.P.* Ella vestía impecable y había en casa una cultura del vestir austera, sin excentricidades. La presencia de mi madre es muy poderosa, tiene una personalidad muy fuerte. Fue periodista y la primera mujer, cuando llegó a ocupar su puesto a *La Voz de Galicia* para tener su propia columna donde escribía sobre moda. Más adelante fue jefa de prensa del Principado de Asturias. Con el tiempo pienso: ¡qué monos nos llevaba!, pero el problema llegó cuando, a partir de los 13 años, yo quería vestir de negro y mi madre no me dejaba, decía que no era un color apropiado para niños. A esa edad ya era igual de alta que ahora, pero con un lazo en el pelo... Siempre fui un poco *tomboy*, muy activa, jugaba al fútbol y acababa colgada de la rama de un árbol trepando con vestidos. Cuando me llevaban a las bodas ya me llevaba un cambio, salía como querían y después me ponía una camisa, un pantalón y unas botas para pasármelo bien. De “señorita” no me lo pasaba bien. Decía: esto para cumplir y este look para disfrutar. Creo que he vivido a ojo del juicio de otros, para complacer, sosteniendo el mundo de los demás por no discutir. El trabajo de modelo me ayudó mucho, porque tenía que estar sola y, ya sin filtro, pruebas qué pasa si empiezas a ser tú misma. Cuando mis hijos eran más pequeños recuerdo que les preparaba una maleta distinta si iban a casa de mi madre quien, una vez jubilada, hizo un curso para confeccionar para mi hija vestidos como los que me hacían a mí. Aprendió a hacer *smock*. Yo, sin embargo, a mis hijos les he dado muchísima libertad.

Baruc Corazón: Mis abuelos viajaban muchísimo y siem-



Laura y Baruc llevan kurtas Ceylon en lino natural a juego de la colección de Baruc Corazón.

pre me traían disfraces. Vivíamos en la Plaza Mayor y salía disfrazado con un penacho de jefe indio en la cabeza, con gorros de cosaco o como la guardia real griega. La ropa era un modo de viajar desde mi identidad. Me apasionaba James Bond porque reflejaba todo ese glamour del lujo de los años 70. Tanto los personajes que hacían de buenos como los malos. Es curioso como en todas las narrativas los malos han sido los que mejor moda llevan. Otra influencia muy importante fueron los cómics de Corto Maltés y los viajes que hacíamos en familia a Lanzarote, cuando estaba César Manrique.

¿LLEVÁBAIS UNIFORME EN EL COLEGIO?

L: Sí, en el primer colegio al que fui era color mostaza y burdeos. Después me cambié a los Jesuitas y allí no teníamos, pero mi madre y yo lo “luchamos”, lo pedimos. No conseguimos nada, pero el uniforme me parecía muy positivo para evitar las distinciones entre nosotros por las marquitas. Recuerdo que mis primeros zapatos de Camper me los trajo mi tía que vivía en Madrid, tenían unas correas y una punta llamativa, así que todos mis compañeros me señalaban y yo, para no dar explicaciones, contestaba: sí, son zapatos ortopédicos. La moda es una herramienta de expresión que no hay que castrar porque define muchas de tus inquietudes, pero con 12 años puede llegar a expresar una distancia que no te corresponde.

B: Fui a colegios muy modernos y alternativos sin uniforme hasta la adolescencia. Después elegí cambiar a un colegio más tradicional, el St. Michael's. En ese momento, que coincidió con los 13 años, en los que empecé a diseñar moda, necesitaba refugiarme en valores más convencionales. Había que llevar uniforme: pantalón gris, polo blanco y un jersey verde.



Laura con camisa
blanca de algodón;
falda en mezcla de
mohair y lana y
sandalias *Tory
slingback 90* en piel de
cordero. Baruc con
abrigo estilo poncho
multicolor. Todo,
Loewe.

“Mi madre y yo luchamos por introducir el uniforme en mi colegio. Me parece muy positivo para evitar distinciones entre los niños por las ‘marquitas’. La moda puede llegar a expresar una distancia que no te corresponde” (Laura Ponte)

EL GRAN REFERENTE PARA VESTIR

L: El cine de los años 30 y 40. Me inspiraba en esas películas y en Humphrey Bogart para elegir mis pantalones, pañuelos y abrigos grandes. Los 50 empezaron a ser para mi gusto hiperfemeninos, pero en la mujer de los 40 hay un punto de empoderamiento muy atractivo en las estructuras de las prendas.

B: Siempre me ha fascinado la saga de Mr. Ripley, de Patricia Highsmith. Ahí empezó mi pasión por Gucci, porque Ripley siempre llevaba los mocasines de Gucci. Mi padre me aconsejaba que vistiera con un vaquero y un par de camisetas blancas, pero yo desde adolescente ya me conocía todas las tiendas de Madrid. Con 13 años mi abuela me regaló un traje de Jesús del Pozo, cuando solo hacía hombre y tenía una pequeña tienda en Almirante. A mis abuelos les gustaba ir al restaurante Horcher y cada vez que tenía que ir era un problema porque no compartían mi idea de lo que era una blazer o una corbata.

¿ALGUNA TESIS SOBRE EL COLOR?

L: No le tengo miedo al color porque siempre he pensado que el blanco es el más llamativo. Me da igual mezclar rojo con naranja o violeta. Me decían, ¡qué atrevida! Yo contestaba: no, atrevido es el blanco porque da mucha luz y llamas la atención. Hoy mi gama cromática se centra en los tonos neutros, va del azul al beige, del negro al gris.

B: Mi color favorito es el azul de la noche. Hasta hace poco el morado o el lila me rechinaban, no integraba bien la mezcla del azul con el rojo, pero últimamente me he reconciliado. Una vez leí que el morado refleja complejidad psíquica, aunque también esté relacionado con lo sagrado y el desarrollo espiritual.

¿Y SOBRE LA LOGOMANÍA?

L: Sé que gusta el sello, pero yo personalmente no lo necesito aunque entiendo que a otros les otorgue un valor añadido (en teoría) a su proyección como persona. Creen que el logo los dignifica y posiciona.

B: Yo ya no lo tolero, pero lo respeto mucho.

MARCAS ASPIRACIONALES SIENDO ADOLESCENTES

L: Mis abuelos tenían unos almacenes de moda en un pueblo de las Cuencas Mincras de Asturias, por lo que siempre tuve un acceso fácil a la ropa. Recuerdo espe-

cialmente la sección de vaqueros Levi's, un archivo con los primeros modelos que eran tiesos y con un look 70s. Uno de ellos me lo puse cuando me casé y me quise cambiar después para estar cómoda. Vendían desde bragas, paraguas, corsetería, hasta tejidos para casa o camisetas de El Charro. Tuve ropa de Adolfo Domínguez, que en teoría no era de mi edad. También había sastres que confeccionaban los trajes, uno de ellos fue quien me hizo mi primer traje con 14 años. En esa zona no había comercio, o te ibas a Oviedo o comprabas en los almacenes *Elviro* (el nombre de mi abuelo).

B: La moda italiana, los trajes de baño drapeados de Versace. Me encantaba también el estilo geométrico de Gianfranco Ferré y la primera época de “la arruga es bella” de Adolfo Domínguez.

PRENDA MÁS RENTABILIZADA

L: Una chaqueta de hombre con cremallera que compré hace cinco años en un saldillo de Mango y no me quito. Mis amigos me dicen al verme: ¡hombre, la chaqueta azul! Mi hija y yo nos intercambiamos las camisas de popelín básicas de verano, ya están más que amortizadas.

B: Los mocasines. De niño tuve los pies planos y tenía que llevar botas, así que el mocasín ha sido siempre un objeto de desco, y varias piezas maravillosas que heredé de mi padre (el diseñador gráfico y escultor Alberto Corazón): un abrigo de cuadros que le hizo un sastre de La Haya y que está impecable después de cuarenta años, y trajes de chaqueta cruzada y pantalón de pinzas de lino.

¿POR QUÉ PIEZA PUJARÍAIS EN SUBASTA?

L: Por la bata/albornoz blanca que llevaba Katharine Hepburn en *La fiera de mi niña* (1938). No me la pondría porque yo soy grunge, pero me parece de una ligereza fascinante.

B: Por uno de los sombreros *Parlota*, gorras de copa alta que llevaba Felipe II, un personaje que encuentro muy enigmático y elegante con todo ese negro que se impuso en la corte de los Austrias como símbolo de la nueva opulencia.

SI FUÉRAIS “COLECCIONISTAS” DE ALGUNA PRENDA O ACCESORIO, ¿CUÁL SERÍA?

L: Sin duda, de trajes. Tengo dos buenos trajes desde hace veinte años que no me quito, en azul y negro, de terciopelo, y una chaqueta de traje azul marino que compré

de segunda mano en Nápoles. Otro traje de Zara, que es el que me pongo para asistir a todos los bolos, alternándolo con una camisa blanca o beige. Siempre voy igual. Los trajes son mi comodín. Me puedo considerar oficialmente “coleccionista” de blazers masculinos. Me encanta el traspaso estilístico de la ropa de hombre a mujer.

B: De gafas. He llegado a comprarlas de ver sin necesitarlas. Debo de tener alrededor de veinte pares. Me gusta el modelo que se pliega de Persol y las de la marca Mykita.

UN DESCUBRIMIENTO RECIENTE

L: Los diseñadores españoles Acromatix. Más allá de sus diseños admiro a gente como sus fundadores, Xavi García y Franx de Cristal, que no andan bandeando por acoplarse a lo comercial. Lo más duro es mantenerse en tu línea frente a lo establecido y no soltarlo. Respeto muchísimo a la gente que es coherente.

B: Los contrastes de formas y colores que consigue la marca de gafas Blake Kuwahara.

¿QUÉ PERSONAJE DE LA MODA CONSIDERÁIS INFRAVALORADO?

L: Me lamentaba mucho por Haider Ackermann. Ahora estoy feliz al ver que le han dado la dirección creativa de Tom Ford. Me apasiona su lenguaje.

B: En 1991 desarrollé un trabajo en la escuela de diseño Central Saint Martins de Londres para reflotar la firma fundada por Elsa Schiaparelli. Afortunadamente eso ha ocurrido a manos de Daniel Roseberry. Me interesó mucho Isaac Mizrahi, un nombre que ha quedado bastante relegado. Un gran talento que creo que también ha quedado en el olvido es Romeo Gigli.

¿LA BIOGRAFÍA DE QUÉ DISEÑADOR RELEERÍAS?

L: Tengo la sensación de que muchas biografías de diseñador son paralelas. Pienso en las de Alexander McQueen o John Galliano. No están ahí porque no tuvieran que cruzar todas esas aventuras vitales, un camino a veces tortuoso.

B: Me interesa mucho el trabajo de los diseñadores, pero creo que siempre ha existido una relación conflictiva entre su vida personal y su identidad creativa. En la historia de los creadores de moda prima el conflicto interno, autodestructivo. Creo que es el momento de que eso termine.

LA PRIMERA GRAN COMPRA QUE ABORDASTEIS CON DINERO PROPIO

L: Trajes en Guerrisol, en París. Allí encontré trajes increíbles de hombre, nuevos de los años 70.

B: Unos zapatos de cuero trenzado de Stéphane Kelian.

¿QUIÉN OS PARECE ELEGANTE?

L: Tilda Swinton la que más. Los que no pretenden, pero no sé cómo se llaman.

B: La palabra elegancia deriva del latín *eligere*: el que sabe elegir. En esa elegancia de saber elegir destacaría Katharine Hepburn que se ajusta a mi ideal unisex.

EL BOLSO QUE LLEVAS

L: Ya no llevo bolsos, solo los uso cuando viajo. Las cosas las guardo en los bolsillos del pantalón y las llaves de casa las cuelgo de la trabilla del vaquero. Viendo cómo han subido los precios del lujo, ¡si lo sé no regalo todos los *chaneles* que he regalado! Tendría ya para la entrada de un piso. Yo he sido de impulsos, venía gente a casa, les gustaba algo y les decía: quédatelo.

B: Uno de mi propia colección que diseñé con tres compartimentos exteriores para guardar el pasaporte, móvil y bolígrafos. Cuando quiero llevar más cosas uso uno de Hermès, también con bolsillos por fuera, del que no puedo quitar el candado porque perdí la llave.

UN LOOK CON EL QUE NUNCA OS VERÍAMOS

L: Con prendas muy estructuradas, necesito poder moverme. Me gusta que la ropa esté ya muy usada porque huyo de la tirantez, no va conmigo. Me resulta incómodo todo lo que sea muy tieso o muy pegado. No sacrifico estar cómoda por nada.

B: Para mí la ropa tiene que ser un lienzo en blanco para que asome la persona, cuanto menos condicione mejor. Por eso hago camisas, caftanes y kurtas, que son lo más parecido al origen de la ropa, a la mera pieza de tela o las túnicas. Hay un modelo estético que no entiendo, el de las Kardashians. No me gusta ni el resultado estético ni lo que implica porque es una alteración del cuerpo, no solamente a través de la ropa sino del propio cuerpo. **T**

(Maquillaje y peluquería: Ricardo Calero (Uno Artists) para Salón 44, Chanel y Oribe. Asistente de estilismo: Cecilia Lozano).

“De pequeño me apasionaba James Bond porque reflejaba el glamour del lujo de los 70. Tanto los personajes buenos como los malos. Es curioso como en todas las narrativas los malos han sido los que mejor moda llevan” (Baruc Corazón)

*Aquel NO ERA RAPHAEL: era Él.
Y ERA TAMBIÉN el JULIO IGLESIAS
que se OLVIDÓ de VIVIR. Y FUE, por
SUPUESTO, la GRAN ROCÍO JURADO
CUANDO se le ROMPIÓ el AMOR de
TANTO USARLO -AÑOS DESPUES
ROSALÍA lo CONVERTIRÍA en
HERIDA de OTRA GENERACION-.*

MANUEL ALEJANDRO
FUE DURANTE DECADAS, *el OTRO,*
el que ESCRIBÍA las FRASES *que los*
ARTISTAS NECESITABAN *para*
SOBREVIVIRSE. En CADA
una -MÁS de 600- una ASTILLA
SUYA, *una* CULPA, *una* PASIÓN.
HOY TIENE 93 AÑOS *y, aunque* HAY
QUIEN SIGUE AÚN *sin* PONERLE
CARA, TODO *el* MUNDO SABE *ya*
que EL ES AQUEL: *el que* MAS VECES
HA SIDO CANTADO *a las* CUATRO
de la MAÑANA FRENTE *a una*
BOTELLA DE VINO, CUANDO, *ya*
NO QUEDA NADIE *en el* SALÓN.

—Casilda Sánchez Varela. Fotos: Toni Mateu. Realiza: Alicia Chapa.

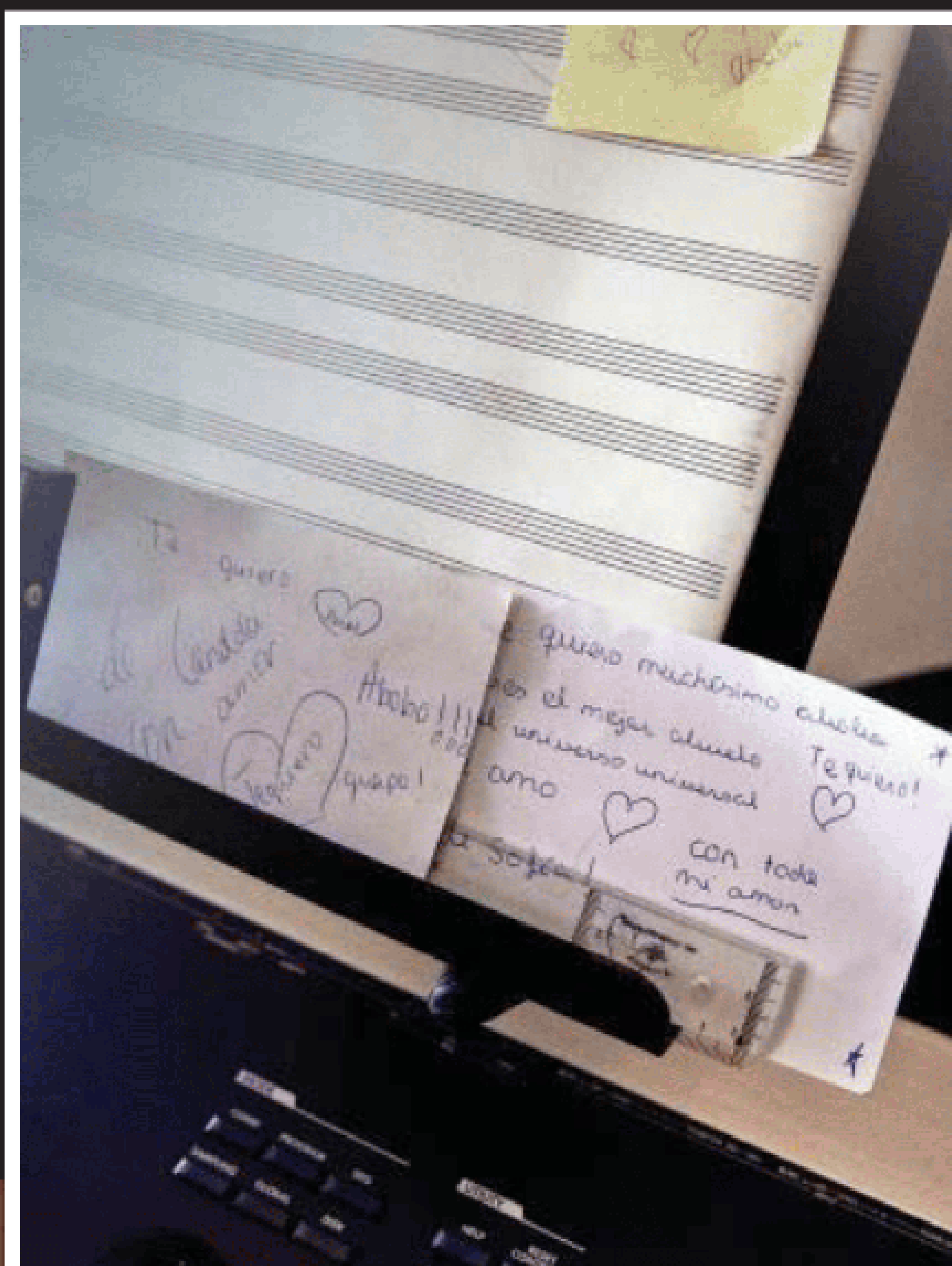


A sus 93 años, Manuel Alejandro se levanta cada mañana a las 7, hace una hora de ejercicio y luego se sienta al piano a componer.



Nueva era

"Las plataformas lo han cambiado todo. Las reproducciones no generan nada, da igual los millones de ellas que tengas. Un compositor ahora no gana un duro. No tiene para comer".

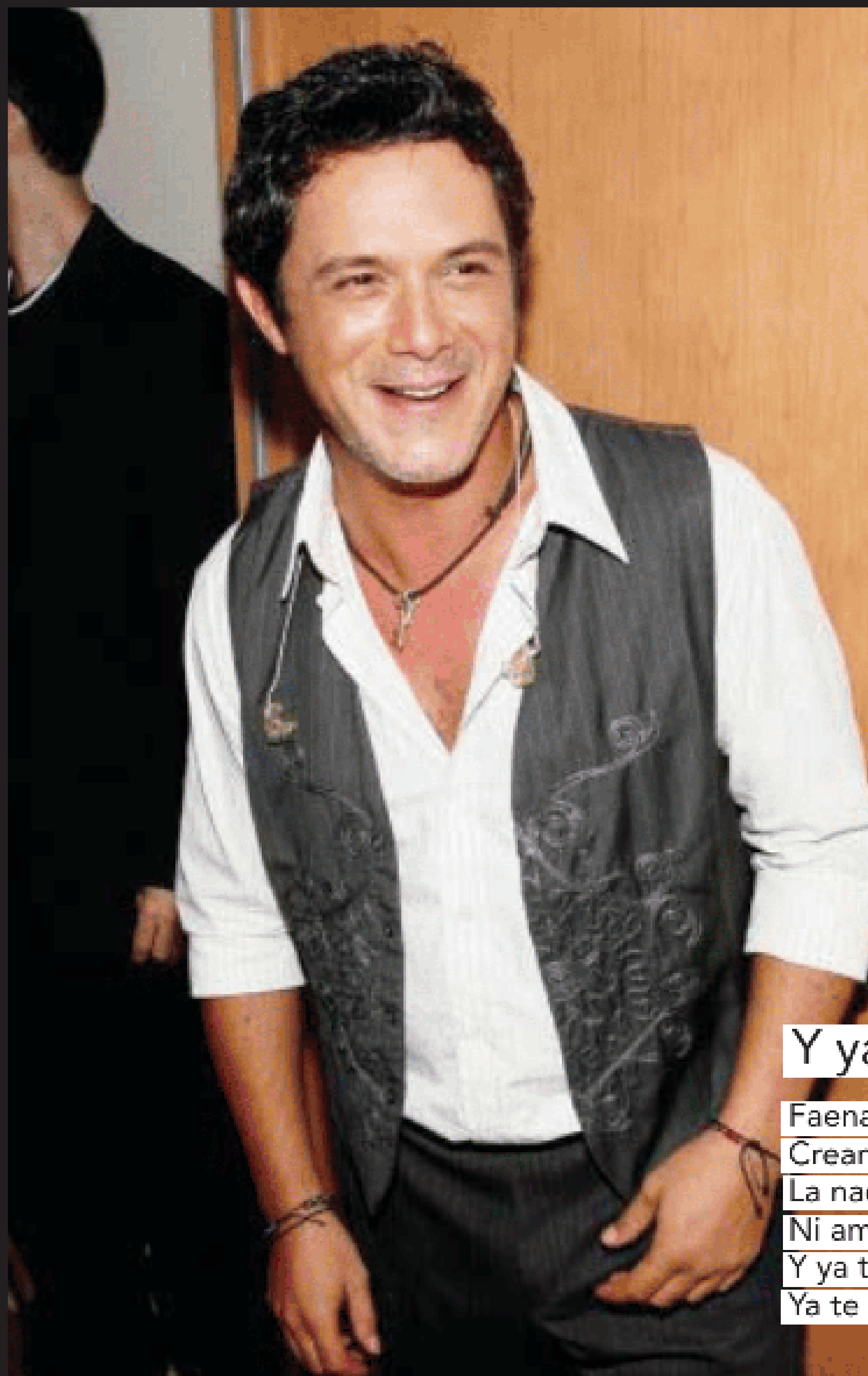


Nacido en Jerez, pasa los veranos en esta casa del Puerto de Santa María, donde no rompe su disciplina diaria y trabaja rodeado de fotos y notitas de sus nietos.

A photograph of a cluttered desk in a home office. In the center is a silver Apple iMac with its iconic logo. To the right, a black desk lamp is visible. The desk is covered with a dense network of black cables, some of which are bundled together. A colorful, patterned rug is partially visible on the floor under the desk. The background shows a wooden cabinet and a window with light coming through.

Como era mal estudiante, su padre decidió que tenía que ganarse la vida con la música y le obligó a aprender piano. "Me pasaba horas y horas tocando". En la foto, su estudio.

**“YO SOY LO QUE SOY,
un ESCRIBIDOR *de* CANCIONES; NI *un* MÚSICO,
NI *un* LITERATO, PERO SOY *un* ENAMORADO
ENORME *de las* DOS COSAS”**



Y ya te quería

Faenaba Dios, no descansaba/
Creando estaba el primer día/
La nada por nacer estaba/
Ni amanecer ni noche había/
Y ya te quería/ Ya te quería/...
Ya te quería... **Alejandro Sanz.**



Soy rebelde

Yo soy rebelde/
porque el mundo me
ha hecho así/
Porque nadie me ha
tratado con amor/
Porque nadie me ha
querido nunca oír/
Yo soy rebelde/
porque siempre sin
razón/ Me negaron
todo aquello
que pedí....
Jeanette.



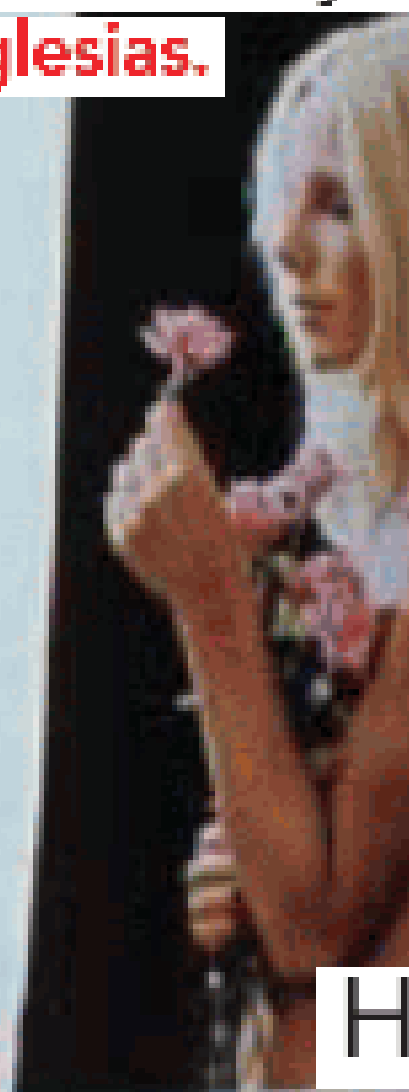
No debo pensar en ti

No debo pensar en ti/
no debo llamarte más y olvidarme
de tu amor y pensar que no
existió/ aunque tenga que llorar/
No debo pensar en ti/
no debo buscarte más/
He llegado a comprender que
este amor no puede ser/
pero cuando tú estás lejos/
de tu amor me acuerdo/
Nino Bravo.



Lo mejor de tu vida

Lo mejor de tu vida/
Me lo he llevado yo/
Lo mejor de tu vida/
Lo he disfrutado yo/
Tu experiencia primera/
El despertar de tu carne/
Tu inocencia salvaje/
Me la he bebido yo/
Julio Iglesias.



Háblame del mar

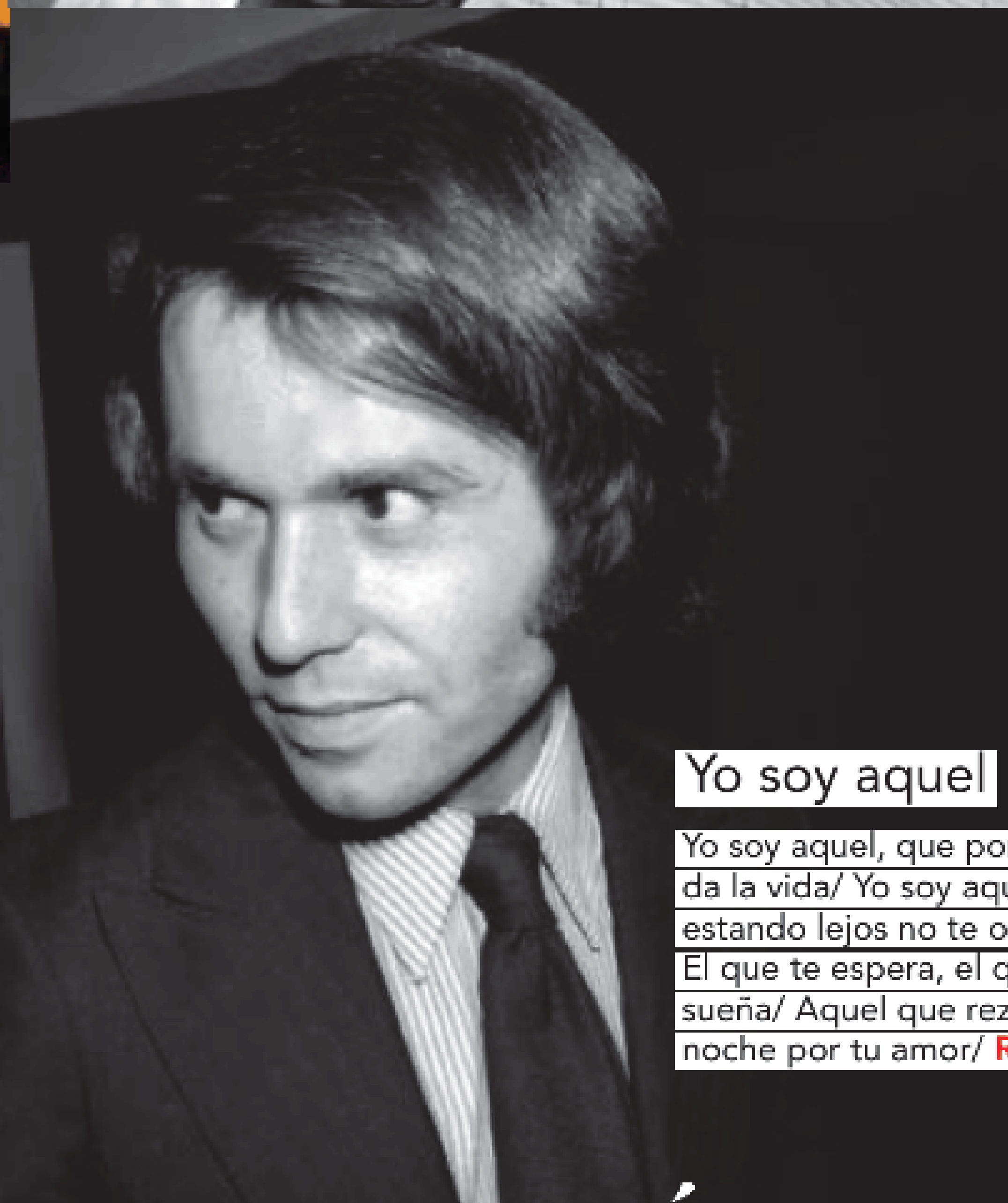
Dicen que hay toros
azules en la primavera
del mar/ Que el sol
es el caporal
y las mantillas
las nubes/ Que las
mueve el temporal/
Dicen que hay toros
azules en la primavera
del mar/ **Marisol.**





Se nos rompió el amor

Se nos rompió el amor de tan grandioso/ Jamás pudo existir tanta belleza/
Las cosas tan hermosas duran poco/ Jamás duró una flor dos primaveras.
Procuró olvidarte/siguiendo la ruta de un pájaro herido/
Cuando supe toda la verdad señora/ ya era tarde para echar atrás señora/
yo era parte de su vida y él mi sombra/. **Rocío Jurado.**



Yo soy aquel

Yo soy aquel, que por tenerte
da la vida/ Yo soy aquel, que
estando lejos no te olvida/
El que te espera, el que te
sueña/ Aquel que reza cada
noche por tu amor/ **Raphael.**



Si tú te atreves

Si tú te atreves, yo
renuncio al paraíso/
A amar contigo, a
soñarte, a que me
sueñes/ Que al fin y al
cabo, más que a nadie
nos amamos/ Son
pasiones ya tan
fuertes, que lo nuestro
hay que olvidarlo/
Si tú te atreves/
Luis Miguel.

LA MÚSICA: “ES *un* IDIOMA *que*
NO HEMOS LLEGADO *a* DESCIFRAR,
un CÓDIGO SECRETO. NADIE, SALVO
el que la COMPONE, SABE *lo que* HAY AHÍ
DETRÁS. Y *a* VECES *ni* SIQUIERA ÉL”

L

legamos al Puerto de Santa María poco después de comer, a esa hora en que en agosto los pueblos del sur se parten por la mitad. De un lado las chicharras, la moto lejana, el ladrido del perro. Al otro, la penumbra, los ventiladores, un grifo que gotea y la tele ajustada a la altura de la siesta. Sin embargo, hay una casa, al final de una calle llena

de buganvillas, en la que no se escucha el aleteo inmóvil del verano. Allí lo que suena es un piano. Y un hombre detrás, que lo toca con la misma curiosidad y devoción con la que un ciego le tocaría la cara a un viejo amor.

—¡Qué bonito! —le digo cuando termina. Él, sin dejar de mirar las teclas, contesta: —“Qué va, es sólo un suspiro”. Un suspiro: la partitura más breve del alma. En los acordes de esa exhalación está la historia de Manuel Alejandro; el recuerdo de su padre tocando a Bach, Chopin o Skriabin en el caserón familiar de Jerez —Germán Beigbeder, su padre, fue un grandísimo compositor sinfónico, director de la Banda de Infantería de Marina y autor, con José María Pemán, del himno de la Armada—. En ese suspiro está también su habitación de niño, que daba al barrio de San Miguel, latido original del flamen-

ban clases por libre en mi casa. Mi padre decidió que los dos “pequeños”, mi hermano José María y yo, íbamos a tener que vivir de la música. A él le obligó a aprender violín y a mí piano. Nos pasábamos horas y horas tocando”.

Esa disciplina se mantiene férrea a sus 99 años. Se levanta todos los días a las siete de la mañana y antes de encerrarse en su estudio a componer, hace una hora de ejercicio. Cada día. Cuando está aquí, en el Puerto, donde pasa los veranos, a veces la gimnasia es un paseo por la playa de Vistahermosa, una media luna abierta a la bahía en la que, los días de viento, las olas se convierten en manadas de toros azules, metáfora grandiosa de ese *Háblame del Mar Marinero* que le hizo a Marisol y que mucha gente —incluso el buscador de Google— atribuye a Alberti: “Yo no lo sabía, me lo contó él una noche. Nos habían hecho a los dos académicos de Bellas Artes del Puerto de Santa María —que para mí fue un honor tremendo, imagínate—, y salimos a cenar con nuestras mujeres. De pronto, me dijo, “¿tú sabes que mi poema más famoso es una canción tuya, no?”. Manuel se ríe con toda la viveza del Sur. Una risa que va y viene por la conversación y descarga de intensidad el discurso justo en el momento justo. Lo que se llama entrar a compás.

“La escribí en Madrid. Vivíamos en el Paseo de Juan XXIII, en un ático que daba a la ciudad universitaria y no

LA NIÑEZ: “*Me DESPERTABA en MITAD de la NOCHE con los CANTES que LLEGABAN de los TABANCOS de SAN MIGUEL. NO HABÍA GUITARRA, SÓLO un CANTAOR. EL PELLIZCO de AQUELLAS COPLILLAS se me QUEDÓ DENTRO*”

co: “Me despertaba en mitad de la noche con los cantes que llegaban de los tabancos. No había guitarra, sólo un cantaor. El brillo de ese sonido y el pellizco de aquellas coplillas se me quedó dentro. Diría que del flamenco, lo que más me marcó fueron sus letras, tan rotundas, tan misteriosas, tan lorquianas”. En ese suspiro está el vínculo entre sus padres, que tuvieron diez hijos y se quisieron tanto que hicieron de él un vocacional del amor; está el codo astillado que le tuvo tres años con el brazo en cabestrillo frustrando para siempre su carrera como concertista; está el primer amor, y la llegada a Madrid y el buscarse la vida en los bares de alterne o rastrillando el Bernabéu; está Raphael, el primer éxito y el segundo; y todos aquellos artistas de las dos orillas atlánticas que se volvieron eternos al recibir su aliento: los Pinochos de Gepetto. Y en ese suspiro está, por supuesto, lo que acaba distinguiendo el suspirar de los mortales y el de los genios: el músculo, la disciplina, horas y horas de estudio para dominar la técnica y que la técnica no se note.

Manuel aprendió eso en su casa: “Yo fui un bachiller horriblemente malo, tremendo. Me echaron, así que me da-

había ningún edificio delante. Ahí, en el horizonte, me figuraba yo el mar. Por eso la letra dice: *dime si es verdad lo que dicen de él, desde mi ventana no puedo yo verlo, desde mi ventana el mar no se ve*. Manuel se queda unos segundos pensativo, con la mirada fija en un remolino invisible que parece lanzarle destellos de luz desde la otra orilla del tiempo. “¿Sabes?, es más fácil entender la belleza de algo, que verla de verdad, cuando ese algo lo tienes lejos. Pasa como con los hijos. Cuando están creciendo todo va muy rápido, estás cansado... No te das cuenta de lo bonito que es eso hasta que ya pasó absolutamente todo”.

Fue precisamente de eso de lo que habló con García Márquez en su casa en México, de si vivir tan lejos de sus lugares y sus gentes agrandaba y perfilaba mejor el pasado.

Fue maravillosa aquella cena. Cuando terminamos, me sacó de la casa, como un niño travieso, y cruzamos el jardín. Al fondo había un estudio acristalado con todas sus cosas; libros, apuntes, fotos. Me llevó a una estantería en la que estaban todos mis vinilos. Fue increíble, se sabía todas mis letras: *Porque el alma se vacía, como el cántaro y la nube, el amor acaba...* esa de

José José por ejemplo que aquí no llegó a escucharse".
Ese disco de José José vendió 27 millones de copias, fue uno de los álbumes más vendidos de la historia. ¿Por qué esa música no llegó aquí?

Porque en ese momento en España no sabían si lo que yo hacía era copla o no, y la copla se seguía asociando al Caudillo. A los de las radios les gustaba Pink Floyd, los Beatles... Tenían un *Digan lo que digan* de Raphael que era número uno en América, en Francia o en Italia y aquí no se escuchaba.

García Márquez le dijo algo precioso en aquella cena: *Estas y un puñado más, las canto cada vez que me atranco*. ¿A quién se agarra usted cuando se atranca?

Mira, yo soy yo lo que soy, un escritor de canciones; ni un músico, ni un literato, pero soy un enamorado enorme de las dos cosas. Ahora, por ejemplo estoy haciendo una clasificación muy rigurosa de música clásica de todas las épocas. Del Renacimiento, que es con lo que estoy ahora, tengo más de 300 melodías. Hay un Ave María ahí, del mil quinientos algo, que es una maravilla. El día que estoy feliz por la mañana, lo que pongo es ese Ave María: la eternidad está ahí. ¿Cómo no iban a creer en Dios al escuchar aquello? Y si no estoy con la música, estoy leyendo. Mira, tengo aquí -señala una libreta a su izquierda- un cuaderno en el que he ido apuntando cosas que he leído y

Cuenta en sus memorias que cuando estaba en México con Luis Miguel y salían a cenar, él llevaba una bodega portátil por si en el restaurante en cuestión no hubiera vino de Jerez. Luis Miguel, ¡qué fenómeno! Tenía una cama en una de sus casas, creo que en la de Acapulco, que podía medir ocho metros de ancho. Le dije, muchacho, esto es para dejarle sitio para que se escape, ¿no? (risas) Sí, es verdad lo del vino. Cuando llegué me esperaba una caja de La Ina, que es de una casa muy importante que tiene Domecq allí. Me la envió Antonio Ariza, que era del Puerto y era el jefe de Domecq en México. Fue el que me regaló el bolígrafo con el que he escrito todas las canciones desde el año 66.

¿Sigueteniéndolo?

No hay manera de desprenderse. Lo perdí en un hotel en México y después en el embarcadero de Julio Iglesias, pero siempre vuelve.

Por cómo describe a Julio en su libro —*el claro señorío que aparenta lo ejerce al pie de la letra; haciéndose aún más noble en la cercanía; su nato serio carácter lo suele camuflar con bromas que no consiguen ocultarlo; y aun dándose a manos llenas, impone distancia y respeto...*— da la sensación de que hay con él una afinidad especial.

Con todos he tenido afinidad, lo que no tengo es una gran amistad. Creo que hay que tener cierta distancia para que los artistas no se te caigan de los pedestales.

LOS ARTISTAS: “*Con TODOS HE TENIDO AFINIDAD, lo que NO TENGO ES una GRAN AMISTAD. CREO que HAY que TENER CIERTA DISTANCIA para que NO SE te CAIGAN de los PEDESTALES*”

me han gustado; hablo sobre el aroma que me dejan. Muchas no sé de quiénes son, así que estoy preparando un libro con todo esto que se llame *Cita a Ciegas*.

¿Qué expresa mejor lo inexpresable la música o la poesía?
La música. La música es un idioma que no hemos llegado a descifrar todavía, es un código secreto. Nadie salvo el que la compone sabe lo que hay ahí detrás. Y a veces ni siquiera él. Tú puedes oír a Paco de Lucía mil veces, a Bach... Cada vez que lo escuchas te dice algo distinto. Un poema, por muy bueno que sea, no tiene 20.000 lecturas distintas. Hablando de poetas y de músicos, de artistas, en general, es asombrosa la cantidad de ellos que ha dado Andalucía: Falla, Picasso, Lorea, Velázquez, los Machado... Sí, sí. Y Cernuda, Juan Ramón...

¿Cómo se explica usted eso?

Pues mira yo creo que el vino ha influido mucho. El vino está muy relacionado con la libertad... A la tercera copa ya empieza a ir tu mente por sitios inexplorados (risas).

Creo que su madre le ponía vino en el biberón.

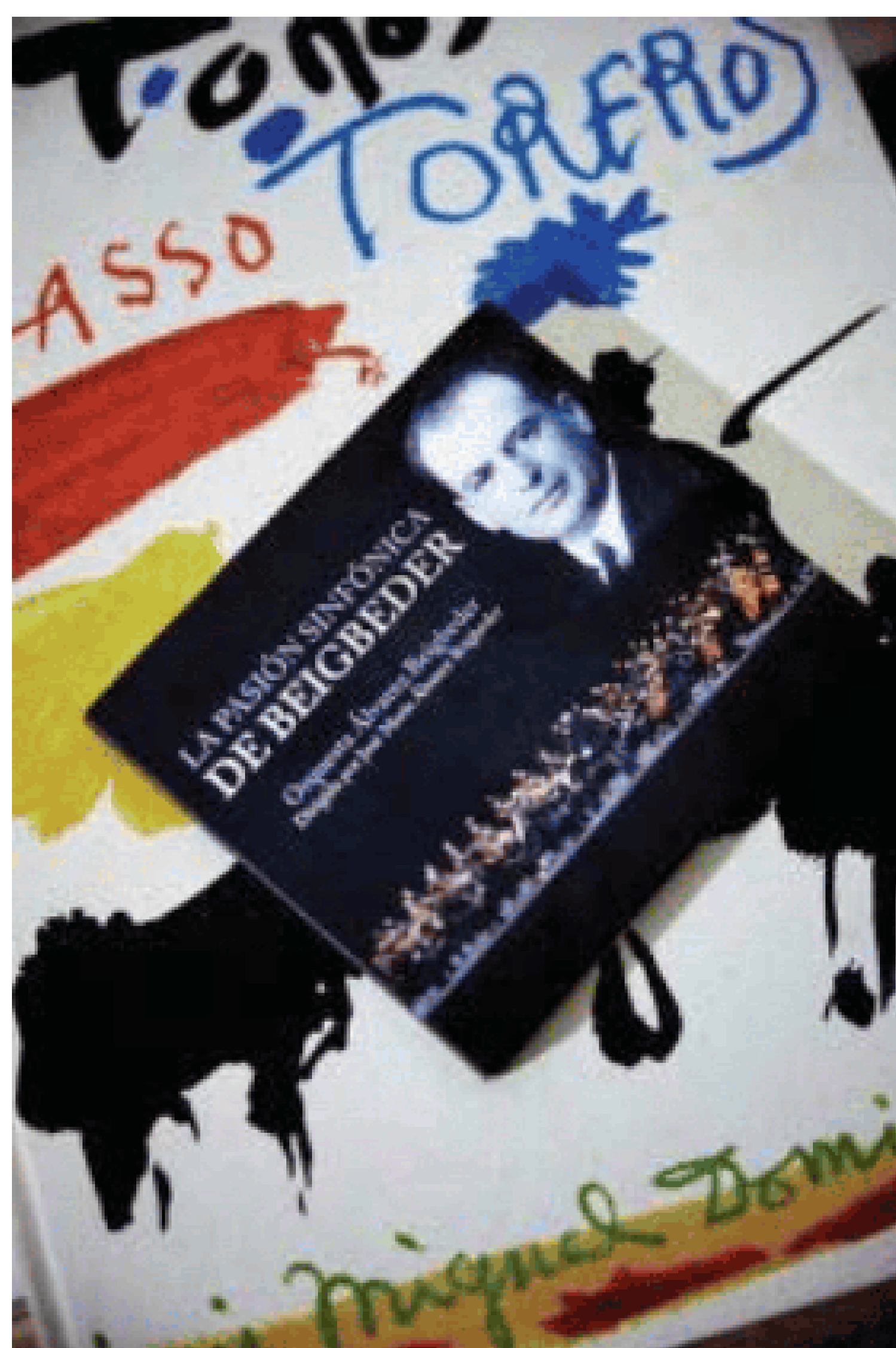
A veces pienso que se le fue la mano, que por eso he llegado a esta edad (vuelve a reírse).

¿Cómo es el proceso de componer para alguien concreto: intenta entender lo que siente ella o él, pone en su boca lo que siente usted...?

Es imposible que yo sepa lo que siente, por ejemplo, Rocío Jurado. Yo pongo lo que yo siento en Rocío Jurado, pero intentando que encaje con la mirada que el público tiene de ella, que cuando la escuchan, puedan pensar que es natural que a ella le pase eso.

Los compositores, antes, ganaban por los derechos de los discos que se vendían; ahora que no se venden discos, imagino que el oficio está en peligro de extinción...

¡Claro!, el compositor ahora no gana un duro. No tiene para comer. Las plataformas lo han cambiado todo. Las reproducciones no generan nada, da igual los millones de ellas que tengas, así que los artistas ya no viven de sus canciones, solo de las giras, de escenario en escenario. Y esa carrera constante les obliga a producir sin descanso, a sacar cada mes un tema nuevo, a seguir modas que no sienten. Por eso hay tantos cantantes ahora que ni son Rocío Jurado ni Barbra Streisand. Yo recuerdo cuando grabar una canción era un milagro. Llegar con la partitu-



Arriba, un recuerdo de su padre, el compositor sinfónico Germán Beigbeder. A la dcha., una foto con Pura su segunda mujer y el gran amor de su vida que murió en la pandemia después de 60 años juntos. "Pienso en ella todos los días. Si supieras cuánto me arrepiento de no haberla adorado como se merecía", dice Manuel Alejandro.

ra bajo el brazo, con la ilusión de descubrir cómo sonaba aquello por primera vez. Esa magia se ha perdido.

“La gente ya no se enamora como antes”

Toda la escena se despliega en torno a él. El tresillo de bambú, el cenador de la piscina y las fotos de los nietos en las repisas; su hija, Alejandra, magnífica escritora, trae la bandeja con el agua; los libros, los altavoces, los cuadernos, el anexo acristalado en el que se vive y se bebe las noches de invierno, el rumor de la tarde; incluso nosotros, el equipo de la revista, no somos más que otra tesela más en el manto del emperador. Él calibra, observa mientras responde, y por una rendija de sus palabras, entre una broma y otra, le toma el pulso al corazón del de enfrente. Deformación profesional, supongo. Hasta que de pronto señala una foto. Es una mujer rubia, de pómulos altos y mirada rotunda. Pura. Su Pura. Segunda mujer y el gran amor de su vida que murió en la pandemia después de sesenta años juntos.

A Manuel se le empañan los ojos, al recordarla: “Pienso en ella todos los días. Es como te decía antes, no ves nada hasta que te lo quitan. Si supieras cuánto me arrepiento de no haberla adorado como se merecía”. Ana Magdalena, la llamaba él, como a la musa de Bach; y si la mujer del alemán inspiró su célebre *Chacona*, Pura es la protagonista de casi todas las canciones de Manuel, incluida esa en la que el autor fabula sobre una ruptura y que tiene el arranque más bonito del mundo: *Procuro olvidarte siguiendo la ruta de un pájaro herido*.

¿Crees que la gente hoy se enamora igual que antes?

No. Para nosotros el amor era no sé, como una manzana increíble, un poquito dorada. No creo que el amor se mire así, ya; que nadie se muera de amor. Y era tan bonito eso...

¿Por qué crees que ha cambiado?

Las cosas tan hermosas duran poco, jamás duró una flor

dos primaveras (se ríe) No sé, creo que a las cosas que no cuestan trabajo no se les da valor. Y ahora todo es fácil y rápido. Entonces todo era más difícil, conseguir que el amigo te dejara el apartamento, ir a buscar la llave... Lo bonito era llegar a eso, el desafío, la espera. Esa picardía tenía mucho más encanto y ya no existe.

¿En manos de quien van a quedar entonces las canciones de amor, de la inteligencia artificial, quizás?

Mira, te voy a contar una cosa que me está pasando ahora mismo. Me encarga la Cátedra del vino de Jerez que diga unas palabras el día 3 de septiembre. Yo digo que sí, y empiezo a escribir. Entonces le pido a María, mi hija, la abogada que vive en Miami, que mire a ver qué decía la inteligencia artificial sobre el vino de Jerez y me manda una cosa que está mejor escrita que lo que había escrito yo! Eso me ha supuesto un estímulo tremendo. Lo he cambiado todo y ahora le estoy echando un pulso a ChatGpt y voy a escribir algo que

ella no pudiera escribir nunca, algo que tenga ese chispazo que hay en la vida.... Le voy a hacer un corte de manga.

Manuel, ¿qué edad diría que tiene su alma?

La misma de siempre. Toda la vida he tenido una mezcla, por un lado hacía tonterías de niño, y por otro, cosas muy bien pensadas, muy de viejo. Están las dos luchando siempre. Creo que el ser humano no tiene edad en su interior.

¿Echa cosas de menos del mundo de ayer?

Los personajes que había. Mira, coge esa foto -señala una foto en la que está él con tres amigos, uno de ellos el grandísimo guitarrista Paco Cepero-. El que está abajo es Pepe Estévez, un personaje único. Él había hecho dinero con el silicio y decidió montar una bodega. Como sabía que todos los bodegueros de Jerez eran de rancio abolengo, se fue a Madrid a un anticuario, buscó cuatro o cinco lienzos de personajes aparentes que tuvieran un aire con él, y los colocó en la bodega cada uno con una chapita dorada en la que ponía: Don José Estévez de los Álamos, Primer Marqués de Santa Dueña de las Parruelas; o Don Gonzalo de Espinola y Estévez, Duque de Argamasilla la Real...

Cuando la carcajada común se consume, el silencio cae sobre nosotros con presagio de final. Manuel se vuelve entonces hacia su piano como quien regresa a casa.

La canción que estaba llegando al tocar se llama *Canción de Navidad*, ¿es usted más de invierno que de verano?

Con los años que tengo, ya soy de lo que llegue. A esta edad, aunque te lo quieras tomar todo a broma, tienes la muerte continuamente presente. Con cualquier cosa de mañana, de pasado, te viene la muerte a la cabeza. Y piensas en cómo va a ser la cosa, ¿va a ser de un tirón, cataplaf, un apagón? No creo, no creo que eso que me está haciendo moverme y hablar con vosotros se termine también. Esta mano dejará de moverse, pero lo que hace que se mueva, eso permanece. Eso es la esencia y creo que esa esencia sigue en el halo de la nada, de la vida, del Universo. Para siempre, sin tiempo, ya. **T**



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL:
“*Le ESTOY HACIENDO un CORTE de MANGA
a CHATGPT y VOY a ESCRIBIR ALGO
sobre el VINO de JEREZ que TENGA ese
CHISPAZO que HAY en la VIDA y
que LA IA NO PUEDA REDACTAR NUNCA*”

viaje



LA MENORCA

DE RICARDO LABOUGLE

La costa enmudece. Las calas recuperan su soledad otoñal.

El ocaso cambia de coordenadas. Tierra adentro, la vida sigue su curso, inmune al cambio de estación. Es el caso de

Alaior, el pueblo a donde se ha ido a vivir el gran fotógrafo Ricardo Labougle. Desde esta antigua aldea medieval, el artista argentino nos conduce por esa Menorca

fiel a sí misma, agreste, cosmopolita, acogedora, sabrosa... Un recorrido confidencial dictado por un esteta al que esta isla mediterránea le ha robado el corazón.

—Isabela Muñoz Ozores. Fotos: Ricardo Labougle.



NUESTRO CICERONE

"Me fascinan la luz, el colorido y la arquitectura de la isla, se nota el paso de ingleses y franceses. Sobre todo lo demás, me entusiasma la cultura talayótica y visitar restos arqueológicos como Torretrencada, cerca de Ciutadella".

"El temporal golpea el Castell de Sant Nicolau, en Ciutadella. El jardín de Piet Oudolf en Hauser & Wirth, en Mahón, es increíble en cualquier época del año. A la derecha, *Cavallers* en Alaior (mi pueblo) durante las fiestas de San Llorenç".



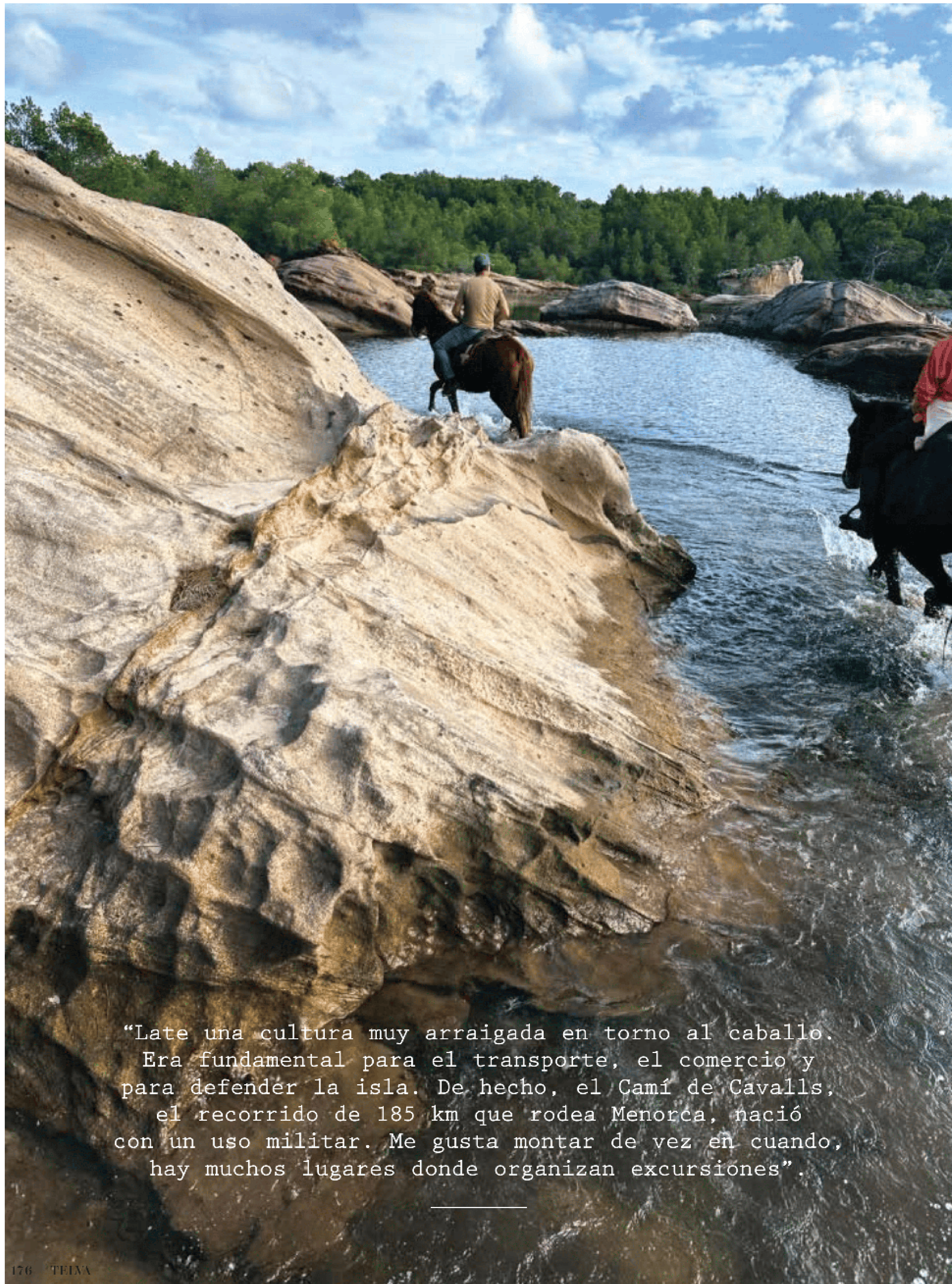


"En Mahón (a la izquierda, el puerto) el mejor destino para tomar una caña y unas gildas es el bar San Jorge, donde atienden mis amigas Magda y Berta. Para comprar cocas, Can Xeixa (abajo), al lado de casa, en Alaior, Lena, su dueña, abre a las 6 de la mañana y cierra a la 1, pero hacia las 11 es posible que haya vendido todo. Conviene encargarse con antelación para no quedarte sin nada".





“Me encanta el paisaje del interior, tan agreste, idílico en cualquier época del año. En verano, me gusta ir al chiringuito Es Bruc Sant Tomàs (arriba) donde preparan las mejores hamburguesas de la isla. Está cerca de la playa de Binigaus, donde a finales de septiembre hay unas puestas de sol increíbles”.

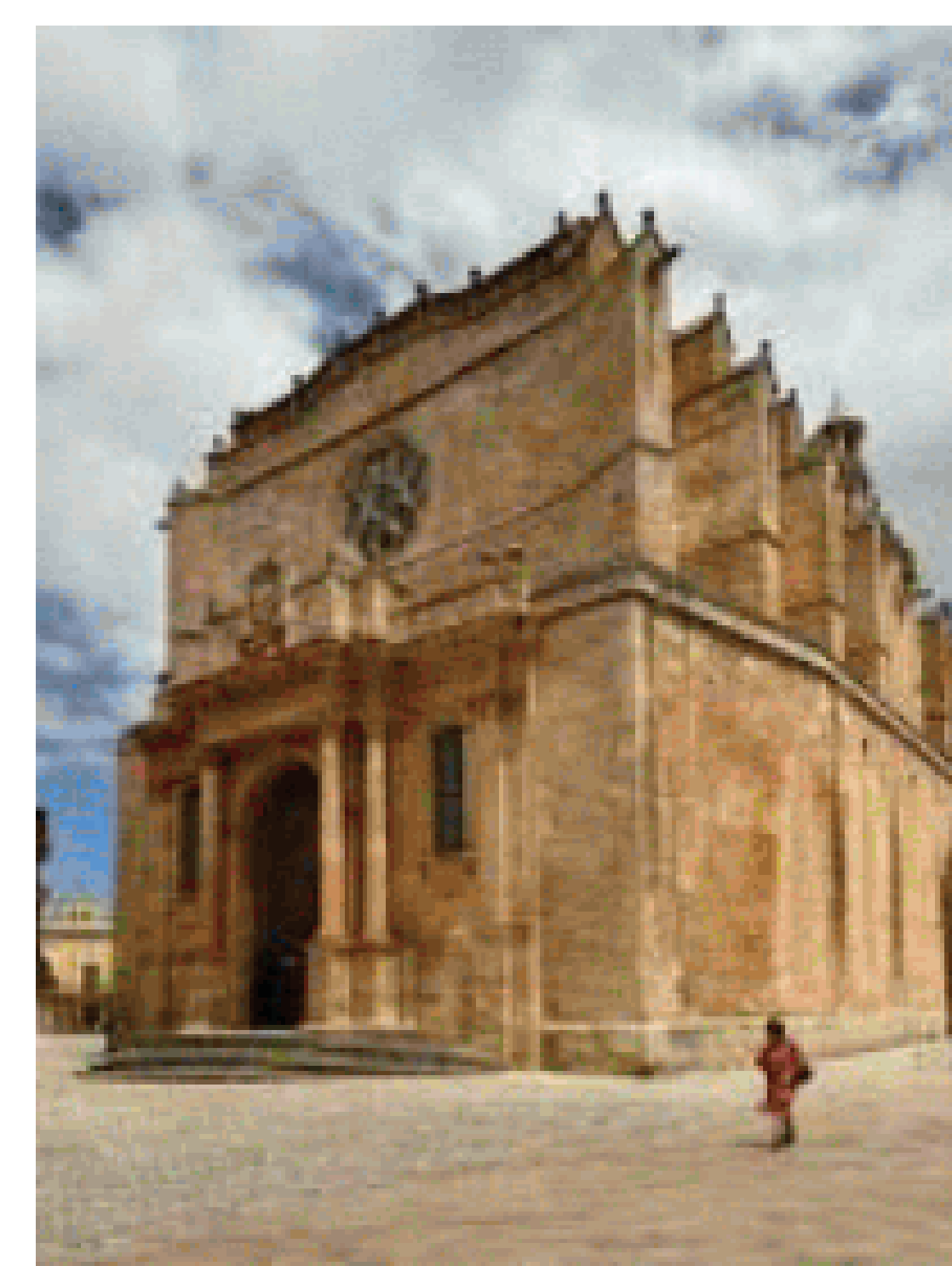


“Late una cultura muy arraigada en torno al caballo. Era fundamental para el transporte, el comercio y para defender la isla. De hecho, el Camí de Cavalls, el recorrido de 185 km que rodea Menorca, nació con un uso militar. Me gusta montar de vez en cuando, hay muchos lugares donde organizan excursiones”.



EL MEJOR CAFÉ

“Si quieres comprar ropa, cerámica, cestas... Tembo, de Vichy Mozo (arriba), es un buen destino. Para desayunar o tomar un brunch, Pipet Café, Las empanadas argentinas que prepara Eleonora son de las mejores de España. Ambos están en Mahón”.



“El hotel Son Blanc (a la izquierda) es una maravilla. Las verduras de su restaurante proceden de su asombroso huerto. En Ciudadela (arriba) los edificios muestran su pasado señorial. La catedral de Santa María es una visita obligada”.



“La tienda de decoración Can-Sancia (a la derecha), en Sant Climent, es un destino insuperable de piezas especiales y de un gusto extraordinario. Su dueño, Rafa Giménez, trabajó más de 30 años con el interiorista Alberto Pinto. Además, es el mejor informado sobre todo lo que ocurre en la isla. Me encantan las antigüedades del galerista francés Dorian Caffot de Fawes en Mahón (a la izquierda)”.

"Conviene visitar las playas famosas como Turqueta, Pregonda y Macarella, fuera de temporada. En julio y agosto casi no hay espacio ni para fondear el barco. Esos meses conviene elegir las más grandes como Son Bou o Cavallería. Si quieres navegar, hay empresas que alquilan llauts restaurados, antiguos barcos de pesca menorquines, a precios muy razonables".



El sol se vuelve algo perezoso, las playas se esponjan, liberadas de turistas, la Tramontana, ese viento frío que llega del norte, se reafirma en su territorio y azota las vacas frisonas y vermellas que pastan llenas de razón en prados y bosques, conscientes de que sólo su leche conseguirá el sabor característico del queso de Mahón. El otoño empieza a desplegar luces y sombras en Menorca, al ritmo de ese sonido metálico y hueco que acompaña el cierre de muchos bares, tiendas, restaurantes, hoteles que viven en la costa, alimentados por turistas que han dicho “sí” a la llamada de una isla de alma tranquila, naturaleza protegida y habitantes acogedores y hospitalarios. Todo esto lo sabe, porque lo vive, Ri-

tecta Paloma Cañizares en la isla, le puso el plan en bandeja: “Nos recomendó visitar la casa en la que ahora vivimos. Fue el empujón definitivo para embarcarnos en esta aventura. Nos encantó, la compramos y apenas hemos transformado su distribución original del siglo XIX, sólo renovamos la instalación eléctrica y algún suelo”. Y así, desde este pueblo “tranquilo, rústico, sin masificar y con vida todo el año”, como él lo define, empezamos a recorrer su Menorca del alma.

Primer dato: Alaior desarrolla una activa vida cultural, por ejemplo en el LÒAC, que significa Alaior Arte Contemporáneo (en menorquín Alaior se dice Lò). En este edificio cuenta con una colección permanente de artistas de primera línea como Barceló o Antonio López. En otra de sus sedes, una antigua igle-

mo de limón. Eligieron ese momento para acercarse a casa y ofrecernos los platos preparados por ellos. La verdad es que nos hemos sentido acogidos desde el primer día. Un ejemplo: en cuanto se dan cuenta de que no entiendes el menorquín, porque lo hablan con un acento cerradísimo, sonríen y cambian al castellano”.

Las fiestas son la buena excusa para hablar de la pasión menorquina por los caballos, donde juegan un papel fundamental. Hay dos tipos de jinetes, los *caixers* que representan a un colectivo que bebe de tradiciones de muchos siglos, y los *cavallers*, que van por libre. Todos lucen sus habilidades ecuestres en los llamados *jà-leos*, con saltos y cabriolas. Los caballos se ponen de manos y “hacen como que caminan al ritmo de la música con todo el pueblo mirando -

“Fuimos a hacer un reportaje a la arquitecta Paloma Cañizares, nos recomendó que miráramos esta casa en Alaior, y fue el empujón para embarcarnos en esta aventura. No sé si será mi destino definitivo, pero aquí soy feliz: los menorquines son abiertos y hospitalarios. Además, si el viento lo permite, puedo hacer surf”

cardo Labougle, uno de los mejores fotógrafos de decoración del mundo, que hace casi cinco años se trasladó aquí con su pareja, Gustavo Peruyera. Después de vivir en Buenos Aires (su ciudad natal), Madrid, Londres y París: Alaior, este pueblo medieval, tercero en importancia de Menorca, situado en el centro de la isla y con apenas 10.000 habitantes, les ha ganado la partida.

En el cogollo, a escasos metros de la antigua iglesia de Santa Eulalia, ha encontrado Ricardo su personal Shangri-La: “Jamás había imaginado que viviría aquí. Después de la pandemia empecé a plantearme dejar París, buscar un sitio cerca del mar y de la naturaleza y, además, bien comunicado. Viajaba muchísimo y cuando llegaba a casa necesitaba aire libre, pero no tenía la energía de coger un tren o un coche. ¡Sólo podía ir al parque!”.

El encargo de fotografiar para una revista inglesa la vivienda de la archi-

sia desacralizada situada en el centro del pueblo, muestra obra firmada por Marina Abramovic”.

Lo creativo no se detiene aquí. A la vuelta de la esquina, en el antiguo convento de San Diego, que incluye la iglesia de San Diego y su claustro, el Patio de sa Lluna, abre a diario un centro de exposiciones donde, además, se instaló el Centro de Gastronomía menorquina.

La hospitalidad en Menorca es una ley no escrita y los vecinos de Labougle se lo demostraron con motivo de las fiestas que vivieron durante su primer agosto en Alaior, dedicadas a San Lorenzo: “Esos días todo el mundo abre sus casas e invita a los vecinos y la familia a que entren y prueben las cocas, los rubiols (una especie de empanadillas de origen medieval), comidas frías que se suelen acompañar de lo que aquí llaman *la pomada*, una bebida a base de ginebra Xoriguer, que se destila en la isla, con zu-

cuenta Ricardo-. Parece muy peligroso pero casi nunca pasa nada”.

Volvemos a lo gastronómico, a clásicos como la ensaimada y la sobrasada: “La compro en el supermercado del pueblo, una cooperativa donde todo lo que venden es local”, y para las cocas y demás productos de panadería: “Siempre voy a Can Xeixa donde emplean esta variedad de trigo autóctono (xeixa), que sólo lo encuentras en Baleares. Conviene llegar temprano porque se acaba todo muy rápido (abre de 6 a 1 de la tarde). La panadera es una barcelonesa que se vino a vivir aquí, y puso en marcha este horno, del siglo XVIII, que estaba abandonado”. Fuera de Alaior continúa su ruta delicatessen en Mahón, en Pipet Café: “Para comer o desayunar. Eleonora, la dueña, prepara unas empanadas argentinas que son de las mejores de España”. El fotógrafo tiene muy claro dónde tomar una caña: “Bar San Jorge (también

en Mahón). Los aperitivos son estupendos y, además, estás al lado de la bulla sin que te afecte”.

Dice Labougle que si se pone finolis se acerca a comer a Son Blanc, una antigua granja reconvertida en un maravilloso gastro hotel donde “cada comida es una experiencia”. Si te apetece un buen arroz, el destino para él es Es Molí de Foc, en Sant Climent; para vistas extraordinarias y un buen pescado a la plancha: Cap Roig en Sa Mesquida, y si lo tuyo es la famosa Caldereta de langosta: “Iría a Fornells. En cualquiera de sus restaurantes las preparan buenisimas”. Terminamos la ruta con uno de sus planes favoritos: ver atardecer en la playa Binigaus (sólo desde finales de septiembre) y luego, dar un paseo de 500 m hasta el chiringuito Es Bruc Santo Tomás: “Preparan la mejor hamburguesa de la isla, tienen buen pescado, mejillones... puedes ir hasta con el traje de baño mojado”.

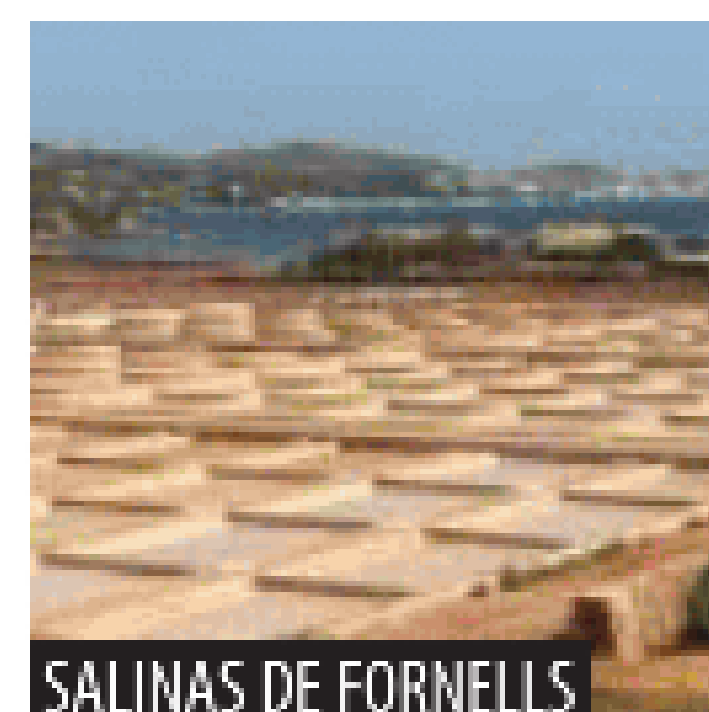
¡Playa! Ricardo tiene muy clara la estrategia: “En verano recomiendo ir a las grandes como Son Bou o Cavallería, basta con andar un poco para encontrar rincones tranquilos. Dejaría para ir fuera de temporada las que publican en Instagram como Turqueta, Pregonda y Macarella. En julio o agosto es difícil llegar ¡hasta fondear el barco se convierte en un problema!”. ¿No tienes amigo en la isla con motora? “Un buen plan es alquilar un *llaut*, el tradicional barco pesquero menorquín. Los de Menorca en Llaut (menorcaenllaut.com) están muy bien restaurados y a un precio bastante asequible. Además, con los más pequeños puedes entrar en algunas de las cuevas que salpican la costa”.

De vez en cuando Ricardo y Gustavo alquilan caballos para darse un paseo por el campo, pero si te apetece conocer la isla de pé a pá, lo ideal es andar el famoso Camí de Cavalls: “Recorre los 185 kilómetros de costa. Se puede realizar por tramos de 20 km, está muy bien señalizado”. Por lo visto, el rey Jaume II ordenó en el siglo XIV que los caballeros menorquines mantuvieran un caballo armado para vigilar la costa y defender la isla. Los soldados ingleses y franceses, durante sus respectivas ocupaciones, aprovecharon la idea.

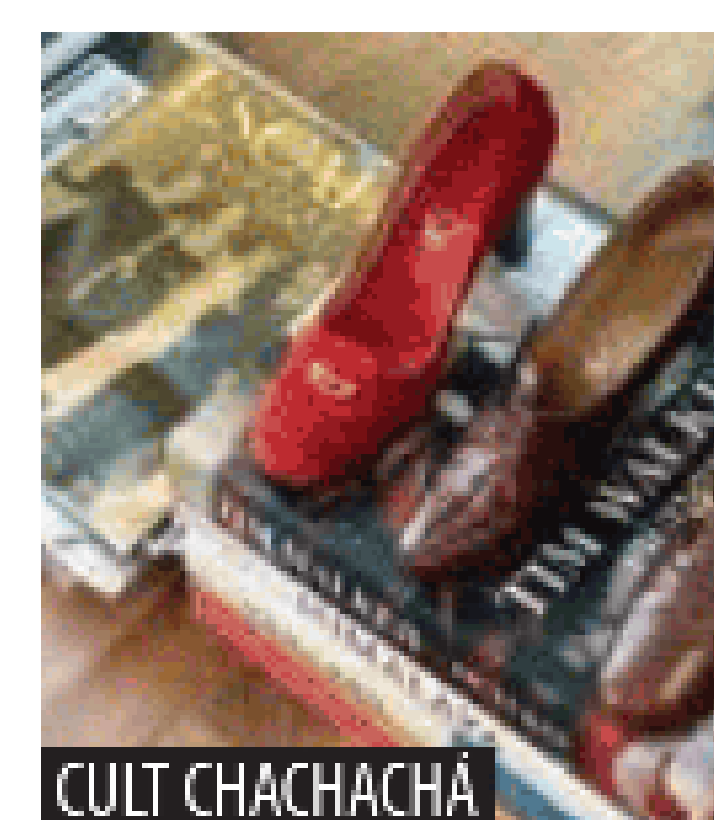
¿Que llueve? Nos vamos de compras con Labougle: “Me gustan las antigüedades de la nave Antics, de Ivo,

en Alaior. Dorian Caffot de Fawes, el gallerista francés afincado en Londres, tiene su espacio en Mahón, donde también se encuentra el taller de la ceramista Blanca Madruga y donde acaba de inaugurar su tienda de ropa el diseñador Mark Watson que ha vestido a celebrities como Jennifer López. Para comprar abaracas menorquinas, las de Ca’n Mercadal son las más cotizadas. En cuestión de ropa, Tembo (tembo.es), con tiendas en Mahón y Ciudadela. En San Clemente, uno de los pueblos más chic, Rafa Giménez ha fundado Can-Sancia, con buena decoración”.

Si te gusta el arte, Ricardo nos lleva a Mahón, con la visita obligada a Hauser & Wirth Menorca, en la isla del Rey: “Lo restauró el arquitecto Luis Laplace. El jardín, además, lo ha diseñado Piet Oudolf, es una auténtica maravilla. También recomiendo ver el museo de Menorca, en un antiguo convento franciscano, para conocer la historia de la isla. Otro plan arty es acercarte a la galería Cayón, en un espectacular edificio de tres plantas o, algo más lejos, cerrar una cita con la gallerista Aina Novack (galeriaainanovack@gmail.com), en su espacio de Sant Lluís”. Pero si hay algo que a este artista argentino le entusiasma es la cultura talayótica. ¿Perdón? “la que existía durante la época prehistórica de Menorca. Me fascina el misterio de los talayots (enigmáticas torres de piedra de las que todavía no se sabe con seguridad por qué se construyeron) y cómo después de tantos siglos se mantienen en pie”.



SALINAS DE FORNELLS



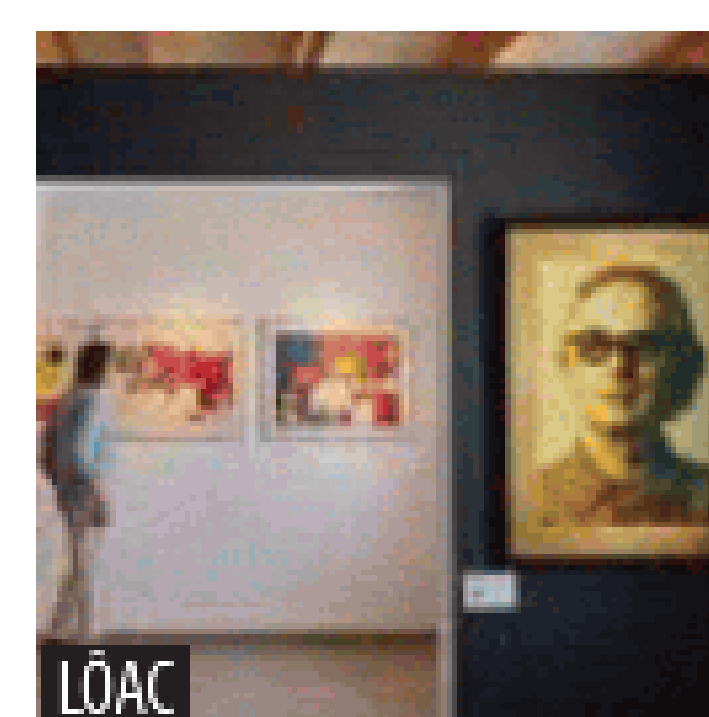
CULT CHACHACHA



ES MOLÍ DE FOC



ANTICS ANTIGÜEDADES



LÒAC

TELVA RECOMIENDA...

EN MAHÓN: PIPET CAFÉ

Buenos desayunos y brunch.
Plaza Bastió, 10.

BAR SAN JORGE

Para tomar el aperitivo.
Sant Jordi, 14.

DORIAN CAFFOT DE FAWES

Buen anticuario.
Bastió, 17.

BLANCA MADRUGA

Taller y tienda de cerámica.
Sant Jordi, 29.

CULT CHACHACHA

Del diseñador Mark Watson.
cultchachacha.com.

CA'N MERCADAL

Menorquinas y alpargatas.
Portal de mar, 16.

GALERÍA CAYÓN

Arte en un edificio espectacular
Carrer de Sant Roc, 24.

TABOURET MENORCA

Diseño impecable.
Plaça Bastió, 4.

CAN SAB

Ropa y decoración
Plaça Bastió, 3.

EN ALAIOR: LÒAC

Arte contemporáneo.
Santiago Pons Quintana, 56.

CAN XEIXA

Panadería de referencia.
Ses Parres, 7.

ANTICS ANTIGÜEDADES

Merece una visita.
Ctra. general Km. 9,8.

EN SANT CLIMENT ES MOLÍ DE FOC

Arroces de escándalo.
Sant Llorenç, 65.

CAN-SANCIA

Decoración bien elegida.
Sant Jaume, 40.

SON BLANC FARMHOUSE

Un hotel excepcional.
sonblancmenorca.com.

SALINAS DE FORNELLS

Un paseo apasionante para ver cómo se hace la sal.
saldemenorca.com.



INCENDIOS

Historias de una España arrasada

El verano en España ya no huele a jara y a pino, sino a humo. El pasado agosto las llamas devoraron 400.000 hectáreas, arrasaron montes, cosechas, casas y recuerdos a un ritmo insoportable. Recorreremos más de 500 km en el triángulo del fuego, desde el norte de Zamora al suroeste de León, para dar voz a quienes, entre el dolor, resisten y ponen nombre a lo perdido. Este es el RETRATO DE UNA TIERRA HERIDA — que, aún quemada, no se resigna a desaparecer.

—Marta del Riego Anta. Fotos: Flaminia Pelazzi.



Sergio, bombero y ganadero

“Yo voy a resistir,
me enamoré
de esta zona”

Sergio fue bombero durante una década. Al final, cansado de la temporalidad y de los sueldos de 1.200 euros, decidió dedicarse a la ganadería extensiva en la Cabrera, al suroeste de León. Cuando hicimos este reportaje aún ardía parte de los Montes Aquilianos y él, junto a otros voluntarios, relevaba por la noche a las brigadas profesionales de las Brif de Tabuyo.

En la foto: **Sergio Martínez Rodríguez** frente a los Montes Aquilianos (León).

María Ángeles y David, apicultores

“Nuestras abejas morirán de hambre”

María Ángeles, madrileña, llegó al pueblo por amor a David. Entre los dos montaron una pequeña explotación de apicultura.

Se le quemaron la mitad de las colmenas.

Las abejas que resistieron se morirán de hambre porque no habrá flores esta primavera. Así que tendrán que emprender la trashumancia con sus colmenas a cuestras durante varios años.

En la foto: María Ángeles González y David Panizo frente a uno de sus colmenares en Molinaferrera (León).





*“Las abejas están estresadas,
ni se mueven. Me encantaba verlas
con las patinas llenas de polen.
Tenemos que llevárnoslas.
Aquí hasta dentro de tres años
el brezo no volverá a echar flores”
(David Panizo, apicultor)*

A photograph of a charred tractor in a forest of dead trees. The tractor is heavily damaged, with its body and wheels reduced to a skeletal structure. The surrounding trees are bare and dark, creating a somber and desolate atmosphere. The ground is covered in ash and charred debris.

“Llamé a José Luis, me dijo: “No veo, no puedo sostener el móvil, se me han quemado los dedos”. Le grité, ¡sepárate de los pinos! Se cortó la llamada. Cogí mi Seat Panda y subí al monte. Lo encontré a 50 metros del tractor. No tenía pelo, no tenía cejas, se le caía la piel a cachos” (Raúl del Río, agricultor)

El tractor de José Luis

**“Estábamos
en el monte y el cielo
se oscureció”**

El martes 12 de agosto la Guardia Civil evacuó el pueblo de Herreros de Jamuz. Pero una veintena de agricultores se quedaron a excavar cortafuegos con los tractores. A las siete de la tarde, se desató un vendaval y el incendio atrapó a Raúl y a José Luis en el monte. Raúl logró huir, pero su compañero José Luis, no. Él volvió atrás y logró rescatarlo de entre las llamas. Tenía el 50 por ciento de su cuerpo quemado.

En la foto: El esqueleto del tractor renegrido de José Luis. Herreros de Jamuz (León).







s difícil explicar un paisaje quemado. No hay profundidad de campo, no hay perspectiva. Una superficie vacía y negra salpicada de tocones ennegrecidos. También es difícil explicar sus cifras. En el mes de agosto ardieron en España más de 400.000

hectáreas. Solo en León y Zamora, casi 130.000. Es decir, el doble de la extensión de la ciudad de Madrid. El tesoro natural, rural e histórico que se ha perdido es irreemplazable. Han ardido las minas romanas de Las Médulas, Patrimonio de la Humanidad; los hayedos con árboles centenarios, refugio de los últimos urogallos; reservas de la Biosfera como Omaña y Luna; campos de labranza sin cosechar; casas, naves, aldeas enteras. “Nunca ha habido un fuego así en la historia de España. Es tremendo. El cambio climático se nota. Además, el monte a la gente le importa poco y el esfuerzo para mantenerlo es muy grande. Los pueblos no pueden hacerlo solos porque sus habitantes cada vez son menos y más envejecidos”, afirma Eduardo Santamaría Medel, doctor ingeniero de montes, y durante varias décadas jefe del Servicio Territorial de Medio Ambiente de la Junta de Castilla y León en León. Su tesis doctoral trató sobre los pinares del Monte Teleno, una de las zonas afectadas. “No me quiero ni acercar ahí ahora”, dice con tristeza.

Es difícil explicar un paisaje quemado. Y más cuando es el paisaje de tu infancia. Se han quemado también mis recuerdos, las orillas de los ríos donde mi padre me

mostró la diferencia entre una trucha y una penca; los bosques donde salía con la bici a explorar; los *praus* donde organizábamos meriendas de fiambre y siesta. No me salen las palabras para explicarlo. Por eso le hemos dado voz a quienes lo han vivido. Durante dos días hemos recorrido más de 500 kilómetros en este triángulo arrasado del norte de Zamora y suroeste de León para contar las historias del fuego. Porque si hay algo positivo de todo esto -que lo dudo- es la solidaridad. Con los incendios desbocados y sin apenas medios para apagarlos, los pueblos se han unido para trabajar hombro con hombro por el bien común, lo que se ha hecho desde siempre y que en León llamamos *facendera*.

Plegarias no atendidas

La carretera es la única cosa gris, no negra, en el paisaje. Es la carretera que lleva desde Zamora a León. La carretera del fuego. La carretera por la que se evacuó a miles de personas en dirección a La Bañeza (León) entre humo y llamas. En esa carretera se encuentra San Pedro de la Viña, localidad que pertenece al municipio zamorano de Santibáñez de Vidriales. Iván Alfonso Acedo es su alcalde. Ahí estuvo el epicentro del fuego. Caminamos por el pueblo en dirección a las antiguas bodegas donde se elabora vino desde tiempos inmemoriales. Vemos una franja de tierra arada alrededor de las casas, son los cortafuegos. El resto, un bosque de negrura y cenizas. “El fuego prendió el domingo en Molezuelas, aquí al lado. Enseguida nos pidieron que les prestáramos el albergue de Santibáñez para alojar a la UME (Unidad Militar de Emergencias). Se suponía que el lunes por la mañana se había extinguido, pero por la tarde se reactivó. Y empezó el infierno. La gente se puso a *gradear* (pasar la grada) con los tractores para hacer cortafuegos. Pedimos a los agricultores que llenaran de agua las cu-

Eva, ganadera

“Sobrevivimos gracias a la solidaridad”

Eva tiene vacas. Su pueblo, Molinaferrera, está encajonado entre laderas boscosas al pie del Monte Teleno, laderas que ardieron y que a punto estuvieron de llevarse las casas por delante.

Ella perdió la nave con toda la maquinaria y el forraje dentro y se le calcinaron los pastos. Gracias a un ganadero de Palencia que envió tres trailers con pacas, su ganado y sus burros han podido sobrevivir.

Arriba a la izda., **Eva Martínez Regalado** con sus burros de raza zamorano-leonesa en los pastos arrasados de Molinaferrera (León).

Iván, alcalde de Santibáñez de Vidriales

“Veía las llamas, el cielo rojo y pensé: Lucifer existe”

El incendio que arrasó 37.000 hectáreas en Zamora y León comenzó a pocos kilómetros de su pueblo el domingo 10 de agosto. El lunes se reactivó. Durante tres días y tres noches, Iván, exbombero forestal, llamó a todo el mundo para pedir ayuda. Mientras, coordinaba a los vecinos para que hicieran cortafuegos ayudados por los servicios de emergencias.

Al final llegaron dos hidroaviones, pero el fuego ya se había extendido a León.

A la izda. **Iván Alfonso Acedo** en las bodegas quemadas de San Pedro de la Viña (Zamora).

bas que usan para los purines”. Iván nos muestra los cortafuegos, los contrafuegos (quemadas controladas). Un lenguaje de guerra, de guerra contra el fuego. “Uno de los concejales, Jesús Hernández Cano, y yo fuimos bomberos forestales y contribuimos a la coordinación con el guarda de extinción. Las condiciones climatológicas se sabían y no hicieron nada para prevenir el fuego, nada. Se cumplía la regla del 30-30-30. Temperatura superior a 30°C, humedad relativa por debajo del 30% y viento superior a 30 km/h. Una bomba”. Iván señala líneas en el horizonte, un incendio que avanzaba de un lado, otro incendio que avanzaba del otro lado. El horror.

“Pedí ayuda por aire, por favor, un hidroavión. Llamé a todo el mundo. Habíamos pasado dos días apagando el fuego que venía de Ayoó ayudados por los servicios de emergencia. Cuando llegó el de Brime, parecía una maldición. Se levantó un vendaval de aire y fuego. Al ver que no había remedio, que San Pedro se quemaba, fui puerta a puerta desalojando a los que aún quedaban. Nos fuimos a Santibáñez llorando por San Pedro. Veía las llamas, el cielo rojo y pensé, Lucifer existe. Y de repente, el cielo se volvió blanco. ¡Los FO-CAS! Llegaron dos hidroaviones de la base de Matacán (Salamanca), descargaron 6.000 litros de agua cada uno y se apagó el fuego allí. Aunque ya se había extendido y llegó a acechar a Santibáñez”. Iván suspira. “Hubo llamadas que no fueron escuchadas. Si se hubiera actuado a tiempo no se hubiera quemado la Valduerna, el valle del Jamuz, la Valdería...”.

Trampa mortal

Seguimos la carretera del fuego hacia León. Todo el valle del río Jamuz ardió. Hubo pueblos enteros como Palacios de Jamuz, donde el fuego se cebó en las casas, imágenes devastadoras que se hicieron tristemente virales. En el bar de Herreros de Jamuz nos encontramos con Raúl del Río. Raúl es inquieto, habla rápido. “Fuimos con los tractores a hacer un cortafuegos. De Villamontán vino José Luis a echar una mano. Cuando estábamos en el monte cambió el viento. El cielo se oscureció. Lo llamé, ¡sal de ahí ya! Yo bajé hacia el pueblo, él me seguía. Pero de repente me di cuenta de que no venía detrás. Volví a llamarlo, me dijo, “no veo, no sé dónde estoy, no puedo sostener el móvil, se me han quemado los dedos”. Le grité, ¡sepárate de los pinos! Se cortó la llamada. Había una patrulla de la Guardia Civil. Les dije, hay un chaval que

se está quemando. Cogi mi viejo Seat Panda, más rápido que el tractor, y subí al monte. Con el humo, no se veía, pero conozco los caminos. Lo encontré en el suelo, a 50 metros del tractor. No tenía pelo, no tenía cejas, se le caía la piel a cachos”. Raúl se pasa las manos por la cabeza una y otra vez. Me mira. “Me siento culpable. Yo lo metí ahí. Está ingresado, el 50% del cuerpo quemado. Su mujer sola con la granja de cerdos y dos hijas”. En el bar se hace un silencio tenso. La gente murmura. “Nos abandonaron. Solo el pueblo salva al pueblo”. Felipe Miranda, el presidente de la Junta Vecinal, se ofrece a llevarnos al monte. Ahí está el esqueleto del tractor renegrido, se ve perfectamente que la grada se quedó enganchada en un árbol. Una trampa mortal. Nos miramos unos a otros sin decir nada. En el camino de vuelta, encontramos los restos de una cierva medio devorada por los buitres. La tierra quemada desprende un calor terrible. Felipe dice: “Seríamos unos veinte del pueblo. Nos organizamos. Se está quemando la casa de Begoña o la nave de no sé quién y todos para allá con las mangueras. Nadie nos ayudó. Vinieron los bomberos de la Junta y tuvieron que irse porque les llamaron para hacerse la foto en las Médulas. Todo empezó el martes, cuando cambió el viento. Ese cambio fue el mismo que se llevó a Abel y a Jaime”. Abel Ramos y Jaime Aparicio, una muralla de llamas los envolvió el martes 12 de agosto cuando estaban defendiendo el pueblo de Nogarejas. Abel falleció en el acto, Jaime en el hospital. Abel era mi vecino. Un joven emprendedor, vicepresidente del Motoclub Bañezano, había montado un negocio de construcción, estaba metido en mil cosas. El jueves 15 lo enterramos en La Bañeza. No cabía el gentío en la iglesia ni en la plaza. Había un silencio aterrador. No vino una sola autoridad, ni de la Diputación ni de la Junta de Castilla-León ni de la subdelegación de Gobierno, solo el alcalde. La Bañeza suspendió las celebraciones patronales. El polideportivo y las escuelas se llenaron de evacuados. En veinticuatro horas se pasó de la verbena a la tragedia.

Primavera sin flores

Circulamos por carreteras estrechas y sin arcén en dirección al oeste. De fondo, el *picu* Teleno. La montaña sagrada para astures y romanos. Su cumbre de 2.188 metros se divisa desde todo el sur de León. De niña contemplaba su silueta misteriosa y me preguntaba quién viviría ahí. La *vieya* del monte, decía mi abuela.

“Pedí ayuda por aire, por favor, un hidroavión. Llamé a todo el mundo. Habíamos pasado dos días apagando el fuego de Ayoó ayudados por los servicios de emergencia. Cuando llegó el de Brime, parecía una maldición” (Iván Alfonso, alcalde de Santibáñez de Vidriales)

La montaña mágica ha ardido por todas sus caras. Y por muy poco, los pueblos a sus pies. “Era como un volcán”, dice Eva Martínez Regalado, ganadera de Molinaferrera. La aldea está encajonada entre laderas boscosas, con casas de pizarra que parecen construidas en un tiempo anterior a la historia. Eva y su marido tienen doscientas vacas en ganadería extensiva que pastaban en brañas. Ahora andan entre ceniza y pequeñas islas de vegetación. Las vacas convivían con burros de la raza zamorana-leonesa. Esos animales de orejas leonadas y ojos grandes protegen del lobo. Hoy se nos acercan, tímidos y hambrientos. Una hembra esta coja, otra tiene la piel chamuscada. Eva les acaricia la frente. “Se nos quemó la nave, con las pacas y la maquinaria dentro. Si no fuera por la solidaridad de la gente, no sé qué hubiéramos hecho. No tenemos pastos para el ganado. Cuatro días después de la tragedia aparecieron tres trailers cargados de forraje. Fue muy emocionante descubrir que eran ganaderos como nosotros que nos traían parte de lo suyo por solidaridad, habían venido desde Palencia”.

Aquí en invierno son 56 habitantes, en verano llegan hasta los dos mil. Hijos de los emigrados. “Esos jóvenes, muchos de Madrid, se quedaron para cavar cortafuegos, cchar agua, lo que fuera. Cuando nos evacuaron, me fui con una angustia tremenda, pero tenía que estar con los niños. Han sido días de llorar a mares, luego de reír cuando llegaron los camiones con el forraje. Yo he llegado a pensar si quieren que se quemé todo León... había fuegos por todas partes... La naturaleza era nuestra mayor riqueza”.

Eso lo saben bien María Ángeles González y David Panizo, apicultores con una explotación llamada Marymiel. Estos valles son famosos por su miel de brezo. La apicultura es una agroindustria relevante en León con más de 1.800 pequeñas explotaciones. “De 750 colmenas, hay 390 afectadas, es decir, la mitad. Las que sobrevivieron se morirán de hambre porque no hay flores”, dice María Ángeles. Ella vino de Leganés (Madrid) por amor. Su marido David tenía trabajo allí, pero no soportaba la ciudad. Y un día decidió volver al pueblo. Su padre era pastor de ovejas. Pero a él le gustaba otro ganado: las abejas. Ahora la pareja tiene dos hijos pequeños y vive una existencia pegada a los ritmos de la naturaleza.

David nos lleva en su todoterreno por una senda solo apta para cabras hasta un valle entre paredes quemadas. Ahí resisten algunas colmenas. “Las abejas están estresadas, ni se mueven. Me encantaba verlas con las *patinas* amarillas llenas de polen. Ahora ¿qué?”, dice ella. “Gente de zonas cercanas nos ha ofrecido sus montes. Nos tenemos que llevar las colmenas, aquí hasta dentro de tres años el brezo no volverá a cchar flores”, concluye él. Como ellos, otros apicultores leoneses van a emprender la trashumancia con sus abejas a cuestras. Porque está primavera en muchos valles de León no habrá flores.

Bombero y ganadero

El final de nuestro recorrido es la Cabrera. Una comarca abrupta y montañosa, de una belleza salvaje, bronca, y con una de las densidades de población más bajas de España. El fuego aún arde allí.

Sergio Martínez Rodríguez nos lleva en su pick up entre un revoltijo de aperos y herramientas: un EPI ignífugo,

“Han sido días de llorar a mares, luego de reír cuando llegaron los camiones con el forraje. He llegado a pensar si quieren que se quemé todo León... La naturaleza era nuestra mayor riqueza” (Eva Martínez, ganadera)

batefuegos, mochila extintora, botas de agua para ir a regar. Equipo contra el fuego y equipo de campo. Porque Sergio tiene una doble vida. Ganadero de día y bombero de noche. “He sido bombero durante más de una década. Somos los que vamos en helicóptero y nos sueltan al pie de las llamas. Al final lo dejé porque los sueldos cada vez son más bajos. La Junta de Castilla-León saca a concurso las bases y las brigadas y lo ganan las empresas que hacen bajadas temerarias de precio. Eso significa personal sin formación, escasez de maquinaria, sueldos de 1.200 euros y contratos solo para veranos. Eso no lo aguanta un proyecto de vida. Así que decidí dedicarme a la ganadería”. Subimos hasta la aldea de Corporales. Por el camino nos cruzamos con coches de bomberos, coches de las Brifs (Brigada de Refuerzo de Incendios Forestales), Guardia Civil. Desde allí la carretera continúa durante kilómetros por lo alto de los montes Aquilianos. Esta es zona de lobo, de águila perdicera. Brezales y brezales que se tiñen de violeta en primavera. Desde la curva de la carretera se divisa el puerto del Morredero, una de las paradas de la Vuelta Ciclista de este año. Desde la curva de la carretera se divisan cumbre tras cumbre negras, valle tras valle, negros. Desde la curva también se divisa el humo y el fuego que arrasa el entorno de La Baña. Un buitre vuela por encima de nuestras cabezas. Reconozco que se me caen las lágrimas. Dice Sergio: “Dónde está el lobo. Dónde pastarán las vacas. ¡Esto es una catástrofe!”. Grita. “Once días ardiendo. Yo ahora marchó *pa casina*, me pongo el EPI y con otros voluntarios a relevar a las Brif de Tabuyo. Que esos sí son profesionales y no dependen de la Junta. Por el día están ellos, por la noche los voluntarios. Y ni un solo bombero de la Junta”. El sol se pone y el cielo se tiñe de un rojo apocalíptico. “Yo voy a resistir. Me enamoré de esta zona. Ahora hay que tomar medidas y buscar soluciones. Que vuelva a crecer todo. Aunque no sé si nosotros lo veremos”. **T**

JEAN MICHEL BASQUIAT

La llegada de J. W. Anderson a Dior ha venido acompañada de una pre-campaña con una fotografía de Basquiat tomada por Andy Warhol, con el logotipo de la firma. Sin embargo, el neoyorquino vestía ante todo de Comme des Garçons (llegó a desfilarse para Rei Kawakubo en París en 1987) y Armani. Aquí posa descalzo y con un traje de Giorgio Armani.

La ropa nunca es solo ropa. Y la que visten los artistas está en un escalafón diferente. Funcional, política, performativa o autobiográfica, es un lenguaje que dice tanto como su obra. Lo eran los vaqueros de Warhol, los trajes de tehuana de Khalo, los dos piezas de Armani manchados de pintura de Basquiat y la ropa que se cosía Léonard Fujita. Elecciones nada triviales que dicen mucho de sí mismos.

—Laura G. del Río.

DAVID HOCKNEY

A Bigger Splash, un documental de 1970 sobre el artista, lo muestra con sudadera de rugby, calcetines de canalé y zapatillas de lona maltratadas sentado en la primera fila del desfile de su amigo, el diseñador Ossie Clark. Piezas básicas que él llevaba al terreno del excéntrico británico encomendado al arte pop.

CÓMO
VISTEN LOS
ARTISTAS
esa estimulante atracción...

¡EL QUE TÚ TIENES!

1. **Georgia O'Keeffe** vestía túnicas de Yamamoto y trajes masculinos que encargaba a la sastrería Emsley. En 1960 en su casa de Nuevo México. 2. **Julian Schnabel**, dedicado con fervor a sus looks de pijama y a su obra, en 2007 presentando en San Sebastián su exposición *Summer Paintings 1982-2007*. 3. **Marina Abramovic**, íntima amiga de Riccardo Tisci, viste de Givenchy. Imagen de 2024 en la Serpentine Gallery. 4. **Louise Bourgeois** en 1975 vistiendo su escultura *Avenza*. 5. **Salvador Dalí** equivale a los trajes dandy, el bastón, las capas... Muy excéntrico siempre, posa en su casa de Cadaqués en 1968. 6. Tan reconocible era el "uniforme" de **Andy Warhol** (doble denim, las gafas Wayfarer de Ray-Ban, el reloj Tank de Cartier) que así lo interpretó David Bowie en la película *Basquiat* rodada en 1996.

1

4

5



2



3



6

R

ecordaba Lynne Cooke una mañana de verano de paseo por Manhattan, cuando aún era subdirectora del Reina Sofía –desde 2014 es comisaria en jefe de la National Gallery of Art de Washington–, en la que se encontró sin querer con Louise Bourgeois. Estaba regando el árbol frente al portal de la casa don-

de vivía desde 1962, en el 347 de la Calle 20 Oeste. Cuando la saludó, ella siguió a su tarea como si tal cosa. Pensando que no la había reconocido, insistió en la obertura, solo para ver a la artista taparse la cara con una mano y dar media vuelta escaleras arriba murmurando algo que Cooke solo escuchó a medias pero entendió completamente: no estaba arreglada, ni lista para que la viesen. “Da una idea de qué agudo era su sentido de que participar en el mundo, ya sea de una manera personal o profesional –como individuo o como artista– implicaba cierto grado de autoconstrucción”, escribía la curadora. En esa composición, la ropa era estructural. “Hay cosas que quieres mostrar con ella, y cosas que quieres esconder. Es un lenguaje; cuenta una historia sin palabras”, decía Bourgeois.

No es ni de lejos la única artista para quien el vestir era una forma de expresión tan válida como el lienzo o el cineel. “Andy Warhol, Pablo Picasso, Yayoi Kusama, Frida Kahlo comparten un rasgo único: se les puede reconocer, no solo por su estilo artístico, sino también por su forma de vestir”, nos dice Annabelle Ténèze, directora del Louvre-Lens y co-comisaria, junto a Olivier Gabet, de la exposición *S’habiller en artiste. L’artiste et le vêtement* que el museo parisino acogía este verano.

Se trata de una recopilación de 200 piezas que volvía a poner sobre la mesa la estrechísima relación de arte y moda. Con un añadido: amén de las influencias y los cruces inspiracionales que ya se nos hacen habituales –del vestido langosta de Dalí y Schiaparelli y el Mondrian de Saint Laurent a los versos que Montesquieu le escribió a *la robe aux lys* de Worth–, la muestra se metía en el vestidor de los artistas para indagar lo que sus atuendos dicen de ellos, de su tiempo y de su arte. Los gorros de Rembrandt, los pantalones de Rosa Bonheur, los pañuelos de Élisabeth Vigée Le Brun, las pelucas de Warhol, el vestido-serpiente de Niki de Saint Phalle, los Levi’s y el chaleco de pescador de Joseph Beuys, los trajes marrones de Gilbert & George. “¿Hace la ropa al artista?”, planteaba la exposición en su particular interpretación del hábito y el monje.

“Sería justo decir que para estos artistas, y muchos otros, la forma de vestir es una forma de lenguaje artístico. Puede ser una expresión de su práctica, porque la ropa refleja lo que exploran en su obra, como los puntos de Kusama. O, por el contrario, puede ser una manera de revelar su personalidad, que tal vez difiera de su práctica artística”, sostiene Ténèze.

Al caso, la reveladora pulcritud sartorial de Francis Bacon con sus trajes bien cortados, sus camisas abotonadas, sus corbatas de punto negro y sus jerséis de cache-

mira –según su amigo Michael Peppiatt, su frase favorita al vestir era: “Creo que lo esencial es parecer ordinario, pero mejor”– en claro desacuerdo con el desorden emocional y físico de su estudio y su trabajo. “De cualquier manera” apuntala la experta, “hay una clara impresión de que la ropa del artista es una extensión de la vida del artista. Y, si la vida es arte, la ropa lo es también”.

Que Louise Bourgeois insistiese en conservar sus prendas –hasta las de la niñez– y las transformara en tantas ocasiones en el eje gravitatorio de una obra que tenía mucho de autobiográfico es uno de los ejemplos más flagrantes de cómo la ropa entreteje lo personal y lo artístico. “Este detalle importa”, insiste la comisaria, “porque nuestro armario es un archivo de nuestras vidas”. Bourgeois no tiró un zapato en 20 años. Le gustaba aferrarse a cada vestido, cada abrigo, cada media. Y escribía de ello asiduamente en su diario. “Es mi pasado y, podrido como está, quiero agarrarlo con fuerza entre mis brazos”. La francesa no ocultaba –por mucho que estos días la intelectualidad esquive con cierto desdén a la moda, enjambre de tendencias banales y consumismo hedonista–, que su obra hablaba de ella, y su armario lo hacía también.

De los trajes de Chanel y Poiret que vestía de joven a los abrigos de pelo, los trajes masculinos de Helmut Lang y la intelectualidad disfrazada de minimalismo que la definió después. Su conexión con los tejidos, de hecho, urde una biografía que empezó en una familia dedicada a la restauración de tapices y la vio convertirse en un parangón del arte con esculturas e instalaciones hechas con retales, ovillos, agujas y prendas, muchas veces suyas. A mediados de los años 40, las pinceladas de sus pinturas ya trazaban una conexión irrefutable con la urdimbre en un telar. En los 60 comenzó a incorporar tejidos, hilos y técnicas de costura en sus esculturas. Y cuando en los 90 consiguió abreviar y trasladar buena parte de su vestidor a su estudio de Brooklyn, parte de él se convirtió en la materia prima de sus creaciones. Los prendas de su infancia que dieron forma a *Pink Days and Blue Days* (1997). Los vestidos, blusas y camisonos que componían *Cell (Clothes)* (1996). Las boinas que rellenó y cosió, todas juntas, en una de sus últimas obras, *Untitled* (2010).

La ropa, escribía Marie Laure Bernadac en la biografía de la artista, se sitúa en esa frontera borrosa entre lo privado y lo público que preocupó a Bourgeois desde el principio. La definió de lenguaje, de historia sin palabras, de armadura, de reflejo de su vulnerabilidad. Como el abrigo de pelo blanco, el tuxedo de terciopelo negro y el “precioso y extraño” chal de punto acolchado que le regaló Helmut Lang. Ambos se conocieron en Nueva York en 1997, cuando la Kunsthalle de Vienna le pidió al austriaco que comisariara una exposición y el contactó con la artista. Desde entonces la suya ha sido una de las amistades más documentadas en el cruce de arte y moda.

Que hasta Sandro haya hecho una colección inspirada en el estilo de Bourgeois y la tienda de regalos de la Tate agotara la trenca, el peto, la bata y los pañuelos de seda que la diseñadora Margaret Howell recreó del ajuar de Barbara Hepworth con razón de la retrospectiva que el museo le dedicó en 2015, da cuenta de la curiosidad que despierta la relación de los artistas con los “trapos”.

Se agotaron las entradas ya en 2018, cuando el Victoria & Albert de Londres sacó por primera vez de Coyoacán el guardarropa de la artista mexicana más carismática

con la muestra *Frida Kahlo: Making Her Self Up*. “Cambió dramáticamente nuestro entendimiento de su vida y su obra”, decía el catálogo. Ha habido otras iniciativas, como cuando en 2022 el Museum of Arts and Design de Nueva York presentó *Garmenting: Costume as Contemporary Art*: obras de 35 artistas que usan la ropa como medio visual. También la Fundación Barrié de La Coruña reunía en *Textiles de artistas* tejidos diseñados por Sonia Delaunay, Raoul Dufy o Dalí –incluida una de las corbatas que el catalán diseñó para Pilgrim y Mc. Currach y tan a menudo vestía-. En el ensayo *The Self Portrait: A Cultural History*, James Hall observa como pintores como Durero, Artemisia Gentileschi o Van Gogh se retratan con vestimentas que, lejos de triviales, son elecciones intencionadas con las que dicen mucho de sí mismos. Y en el biopic de Saint Phalle que se estrenó este agosto –*Niki*, con Céline Sallette detrás de la cámara y Charlotte Le Bon delante-, su primera escena muestra a la artista posando para la sesión de fotos de una revista a principios de los 50. “Saint Phalle confeccionó una imagen propia”, dice Ténèze, “una imagen a través de la ropa”.

El tema tiene tanta miga que en 2021 al periodista Charlie Porter le dio para escribir un tomo con Penguin, *What artists wear*, que alcanzó las listas de bestsellers y se coronó *Libro del año* del *Financial Times*. Partiendo de la base de que la ropa es un lenguaje no verbal en sí mismo y todos formamos parte de un juego performativo que empieza en el armario, el británico analiza la camiseta de rayas de Picasso, las túnicas de Georgia O’Keeffe, los vaqueros de Warhol, la pulcritud de Bacon, el colorido de Hockney, las Birkenstock desvencijadas de Chantal Joffe y los trajes de Rei Kawakubo para Comme des Garçons de Basquiat. Si se centra en artistas, arguye, es porque ellos “viven de una manera diferente”. Su mundo es una resolución constante de autocxpresión en la que la ropa no es adorno, sino contenido.

“Lo interesante de lo que sugiere Porter”, explica Ténèze, “es que todos nos vestimos cada día. Y de hecho, no podemos pretender que nuestra ropa carece de sentido. Es una de las maneras en las que mostramos cómo existimos en la sociedad. Y a la vez lleva consigo huellas de la historia de esa sociedad. Desde el momento en el que pensamos, somos seres sociales; y representamos. Incluso cuando se intenta no hacerlo, cuando se pretende ser invisible, se está haciendo una elección. Lo interesante con los artistas es que ellos desafían las normas y convenciones de la vestimenta”.

El estilo es otra forma de destacar el trabajo, señala Ténèze. “Por eso la camiseta de rayas de Picasso se convirtió en un uniforme de artista”. También la llevaban Cocteau, Brassai y Frank Bowling, por cierto. Para Hepworth eran los monos, para Matt Connors un delantal salpicado de pintura y para Kaye Donachie, un par de zapatillas Nike. Al parecer no puede pintar si no

EN 2018 EL MUSEO V&A DE LONDRES SACÓ DE COYOACÁN POR PRIMERA VEZ EL GUARDARROPA DE FRIDA KHALO. “CAMBIÓ DRAMÁTICAMENTE NUESTRO ENTENDIMIENTO DE SU VIDA Y OBRA”

las lleva. Pero también hay una dimensión artística: lo que un creador viste a menudo se convierte en una extensión de su práctica. Una forma de creación en sí misma. La ropa nunca es solo ropa. “Son declaraciones, escudos, disfraces, manifiestos”, escribe Porter. Lo eran los vaqueros de Warhol –el cénit de la colectividad que tanto le gustaba tergiversar- y los trajes de tehuana de Khalo, quien “eligió poner la vestimenta tradicional en el foco, convirtiéndolo en un acto político, artístico e identitario”, analiza Ténèze. Tsuguharu Foujita, el pintor afincado en el Montparnasse de los años 20 que respondía al nombre de Léonard Foujita, se cosía su propia ropa, incluidas las camisas de patrón occidental confeccionadas con tejidos nipones por las que –junto al bretón, la marinière y el hanten, un tipo de abrigo popular japonés- se le conocía. Un mix estudiado y consciente de dandy europeo y tradición oriental. Las camisetas de tirantes, las chaquetas de cuadros, las corbatas y los pantalones de colores de Hockney –que engaman, muy intencionadamente, con los de sus cuadros- son su particular apología *queer*, apuntala Porter. “Y en Basquiat hay una conexión directa entre obra y guardarropa. Al icono de la intervención callejera, que en el Nueva York de los 80 pasó de sintecho a la quintaesencia del artista-celebridad, le gustaba que su ropa fuese como su trabajo: grande, anti-sistema, controladamente caótica. De ahí los dos piezas de Armani manchados de sudor y pintura, los trajes de Comme des Garçons mezclados con cazadoras de segunda mano, las camisas punk, los pantalones rotos y las camisetas pintarrajeadas. Su estilo era performativo, explica Porter. “Su ropa habla tan alto como sus cuadros”.

TELVA BELLEZA // BIENESTAR



El cabello es la nueva piel

El sector capilar vive un boom. Se reconoce al pelo un valor emocional, (*from haircare to headcare*) lo define la prensa británica, abandonando el territorio del mero aseo para conquistar la salud, la belleza y hasta la medicina estética.

—Mamen Infante Foto: Jem Mitchell / Trunk Archive.

Dos mil millones de euros se gastaron los españoles en 2024 en productos para el cabello, según el informe *Radiografía de la industria cosmética y del perfume en España, 2024* elaborado por Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), un 8,9% más que en 2023. Además de este crecimiento incontestable, a nivel cualitativo el estudio describe al conjunto de champús, mascarillas, tintes y productos de peinado como “una necesidad básica y una herramienta clave para mejorar el aspecto personal”.

Y es que el cuidado del cabello es esencial para nuestra confianza. Se reconoce a la melena un valor emocional, más allá de la estética, algo clave para fortalecer la autoestima y, por ende, mejorar el bienestar diario. Aun así, la categoría que ocupa mayor volumen de gasto dentro del sector de la belleza, un tercio del mismo (3.500 millones de euros), sigue siendo el cuidado de la piel. No parece casualidad entonces que el propio cabello esté viviendo un proceso de *skinification* (o pielización) por el que se le otorgan cuidados tradicionalmente reservados al cutis y que invade todo

el segmento, desde la compra en el supermercado hasta la consulta en el médico estético.

Cuando cuidamos más el pelo que la piel

Para saber qué hay detrás de esta explosión del mercado capilar a nivel global conviene escuchar a quienes estudian a los consumidores. Teresa Imaz, Consumer Insights Director de L'Oréal Groupe en España y Portugal, sabe que la razón está en la cuestión demográfica, que se suma a la influencia de las redes sociales y a la forma en que el concepto de salud se ha capilarizado en todos los sectores que antes se consideraban solo belleza: “El aumento de la población mundial de personas mayores de 60 años permite a la industria invertir en productos para cabello gris y envejecido. Esto se percibe también en el interés que hay en redes sociales y que recogen hashtags como *#greypride* o *#pelocano*. La búsqueda “Cómo cuidar el pelo blanco” creció en Google un 50% en el último año y son tendencias diferentes técnicas como *#balayagewithgreys*, *#babylightswithgreys*, *#greyblending...*”, explica. Por otro lado, existe un aumento imparable de

la cultura de los famosos relacionada con la inversión en cuidado personal. Si un momento *hype* cala y se extiende en el tiempo puede haber una adaptación social y cambiar algún hábito del consumidor. Pasó con el *#glassyhair* de Dua Lipa, que prendió la mecha de una obsesión por el brillo extremo en la melena que luego se tradujo en una avalancha de productos pro-brillo. “Por último, continúa Imaz, cada vez también se otorga más atención al concepto de salud”, algo que se refleja en todos los segmentos del autocuidado y la belleza donde el cabello no es una excepción. “Personas de todas las edades son cada vez más conscientes de la necesidad de mantener un cuero cabelludo sano y proteger su cabello de los daños”, sentencia la experta. Hasta hace poco no se hablaba de esto. Lavar, cortar, peinar, teñir y, como mucho, preocuparse de si el pelo se cae más o tiene grasa o caspa era lo que movía a consumir productos capilares. Hoy una buena melena se relaciona con un cabello sano, según la compañía de suplementación especialista en cabello Olistic, que ha realizado el mayor estudio cuantitativo sobre salud capilar femenina realizado en España hasta la fecha (2.000 muje-

El cabello vive un proceso de ‘skinification’ por el que se le otorgan cuidados tradicionalmente reservados al cutis y que lo invade todo, desde la compra en el súper hasta la consulta en el médico estético

“Activos que desinflan, antioxidantes para neutralizar los radicales libres, combinaciones de vitaminas o aminoácidos y algún regulador hormonal para ser aún más eficaz. Eso es lo que se busca en un buen suplemento capilar” (Claudia Bernárdez, dermatóloga)

res de entre 25 y 70 años), con el apoyo de la Fundación Piel Sana AEDV. El beneficio de la salud capilar aparece de diferentes maneras: El 72% de las mujeres en España considera la pérdida de cabello su principal preocupación capilar, pero le siguen de cerca la falta de densidad (64%) y la debilidad o cabello quebradizo (61%). El 56% de ellas considera a su peluquero principal fuente de información capilar y, aunque el 81% sabe que el dermatólogo es el especialista en cabello, solo un 23% acude a su consulta. Para sorpresa de nadie, Google (33%) y las redes sociales (22%) también son fuentes comunes de información. Y un dato interesante: casi la mitad

de las jóvenes españolas (el 44% de 25 a 39 años) le dan a su estado capilar menos de un siete. Son las más insatisfechas.

El boom de los suplementos

Son muchas las mujeres que consideran que el cuidado del cabello es clave para fortalecer su confianza. De ahí que los laboratorios quieran conquistarlas con productos que mantengan la vitalidad del cabello a largo plazo. Por ejemplo, los nuevos suplementos nutricionales ya no se toman para evitar o paliar la caída sino que buscan evitar su envejecimiento prematuro, tal y como

lo ve la **Dra. Claudia Bernárdez**, dermatóloga experta en tricología, fundadora de la Clínica AB Derma y asesora de Cantabria Labs: “Cada vez más acuden a consulta para mejorar el pelo o conseguir que el envejecimiento capilar no sea un cambio observable”. Prevención, una vez más. La doctora sabe qué buscar en un buen suplemento de belleza capilar: “Activos que desinflan (la microinflamación es clave en el envejecimiento celular), antioxidantes para regular los radicales libres, combinaciones potentes de vitaminas, aminoácidos y minerales y algún regulador hormonal para ser aún más eficaz”. Todo ello lo reúne -dice- el nuevo bebible *Italtone Resilience Booster* de Can-

tabria Labs, que ella misma ha contribuido a desarrollar.

La rutina en casa

Están por todas partes: champús, lociones, sueros y mascarillas con activos tradicionalmente utilizados para el cuidado de la piel como retinol, ecotoina, ácido hialurónico, ceramidas... No es una moda pasajera y, de hecho, lo defienden también dermatólogos tricólogos y farmacéuticos. “Tiene todo el sentido trasladar al cuero cabelludo lo que funciona en la piel del rostro porque, al fin y al cabo, es una extensión de ésta. Si cuidamos bien esta base, el cabello se transforma”, asegura **Helena Rodero**, farmacéutica experta en cabello, que añade: “Los péptidos ayudan a fortalecer el folículo, estimulan el crecimiento y mejoran la resistencia de la fibra capilar (...) La centella asiática o CICA regula el sebo, previene la descamación y favorece un entorno más sano del cuero cabelludo para el crecimiento capilar (...) La cafeína activa la microcirculación sanguínea, favoreciendo la oxigenación y el aporte de nutrientes (...) y los probióticos tratan un cuero cabelludo reactivo con picor, grasa o caspa”.

También los tratamientos de medicina estética que funcionan en el rostro se hacen en el cuero cabelludo en pos de una melena espléndida. Los clásicos son la mesoterapia, el láser, el plasma rico en plaquetas y ahora se unen los exosomas. Centros como Longevity Hub by Clinique La Prairie de Madrid están realizando con éxito la terapia regenerativa a partir de exosomas autólogos: “Se extraen del propio paciente, se procesan y reinyectan obteniendo resultados antienvejecimiento también en el cuero cabelludo. Promueven la producción de colágeno y elastina en el cuero cabelludo, ayudando a restaurar la elasticidad y promoviendo el crecimiento del cabello más fuerte y denso, regenerando el folículo piloso”, explica la **Dra. María Rosa García Maroto**, su directora médica. **T**



La última revolución capilar: el efecto “chubasquero”

Son productos capaces de proteger al pelo de la humedad. Como **ICON Repel Spray** (39 €). Sella la humedad, evitando que penetre en la fibra capilar y provoque frizz a pesar de la lluvia. Y **Color WOW Dream coat** (33 €). Vuelve impermeable el cabello gracias a un polímero que se activa con calor. Transforma la textura, añade brillo y suavidad.

LA RUTINA DEFINITIVA DE LANCÔME: RÉNERGIE C.R.X. TRIPLE SERUM RETINOL Y H.P.N. UVMUNE SPF50, EL DÚO ANTIEDAD QUE LO CAMBIA TODO



Más que un producto, es una experiencia completa de tratamiento facial. Lancôme presenta su rutina antiedad más avanzada: Rénergie C.R.x. Triple Serum Retinol, para transformar la piel por la noche, y la crema Rénergie H.P.N. UVMUNE SPF50, como escudo protector y corrector durante el día. Juntos, forman una alianza de alta tecnología, lujo sensorial y resultados visibles. Una revolución beauty que actúa las 24 horas.

Este serum eleva el estándar del skincare con una combinación inteligente de activos. Su secreto está en la triple fórmula: Retinol puro, que estimula la renovación celular y reduce arrugas profundas; Vitamina C pura, ilumina la piel y Péptidos-x para ayudar a calmar la piel.

La textura se funde al instante con la piel sin dejar sensación grasa ni residuos. Pero su verdadero poder está en su fórmula de última generación: una combinación de activos potentes encapsulados en tres cámaras independientes —Retinol puro, Vitamina C y Péptidos-x— que se fusionan en el momento de la aplicación para preservar su máxima eficacia. Gracias a esta ingeniería cosmética avanzada, se ha demostrado que el 100% de la piel se renueva 2 veces más rápido que aplicando solo retinol.*

Los resultados hablan por sí solos: las arrugas se reducen, los poros son menos visibles y la piel recupera su firmeza, lo que convierte este tratamiento en un referente en eficacia antiedad.

Y mientras el serum actúa por la noche, Rénergie H.P.N. UVMUNE SPF50 se convierte en el paso imprescindible para el día. Esta crema anti-edad con Protección SPF50 previene y corrige 8 años de manchas en un mes**

Con esta dupla ganadora, Lancôme confirma su liderazgo en innovación cosmética: fórmulas de alta tecnología, texturas exquisitas y un enfoque integral del cuidado de la piel. **T**



*Basado en la aceleración de la renovación celular total de la superficie de la piel en comparación con nuestra fase de retinol.

**Cálculo de la ganancia anual basado en la evaluación del contraste de manchas oscuras aisladas, estudio clínico en 53 sujetos.

¿Qué traerá el 2026?

DOLCE & GABBANA



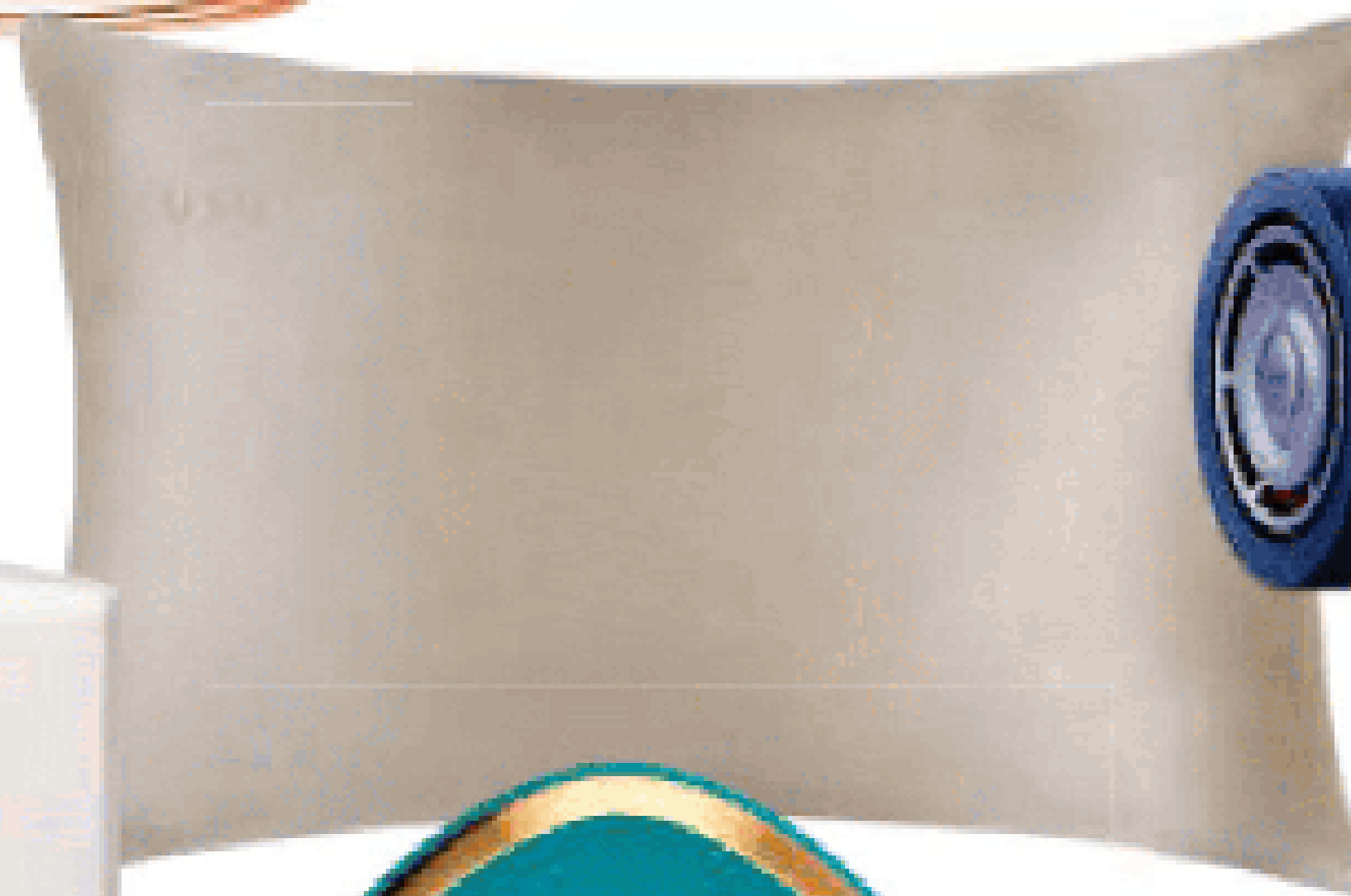
1

La era del cabello no hará más que crecer, buscando las causas profundas de los problemas capilares con herramientas basadas en IA. Así lo reflejan los medios anglosajones, que también hablan de la tendencia “*from haircare to headcare*” (del cuidado capilar al cuidado mental) que ya se percibe en cómo el bienestar holístico ha conquistado el cuidado del cabello: Líneas de lavado y acondicionado con las que hacer viajes sensoriales, gadgets para automasaje, proliferación de spas capilares... La salud seguirá bien arriba y, si hay que elegir un solo driver de crecimiento para el sector éste será, sin duda, la pielización del cabello (skinification, skincare capilar).

2



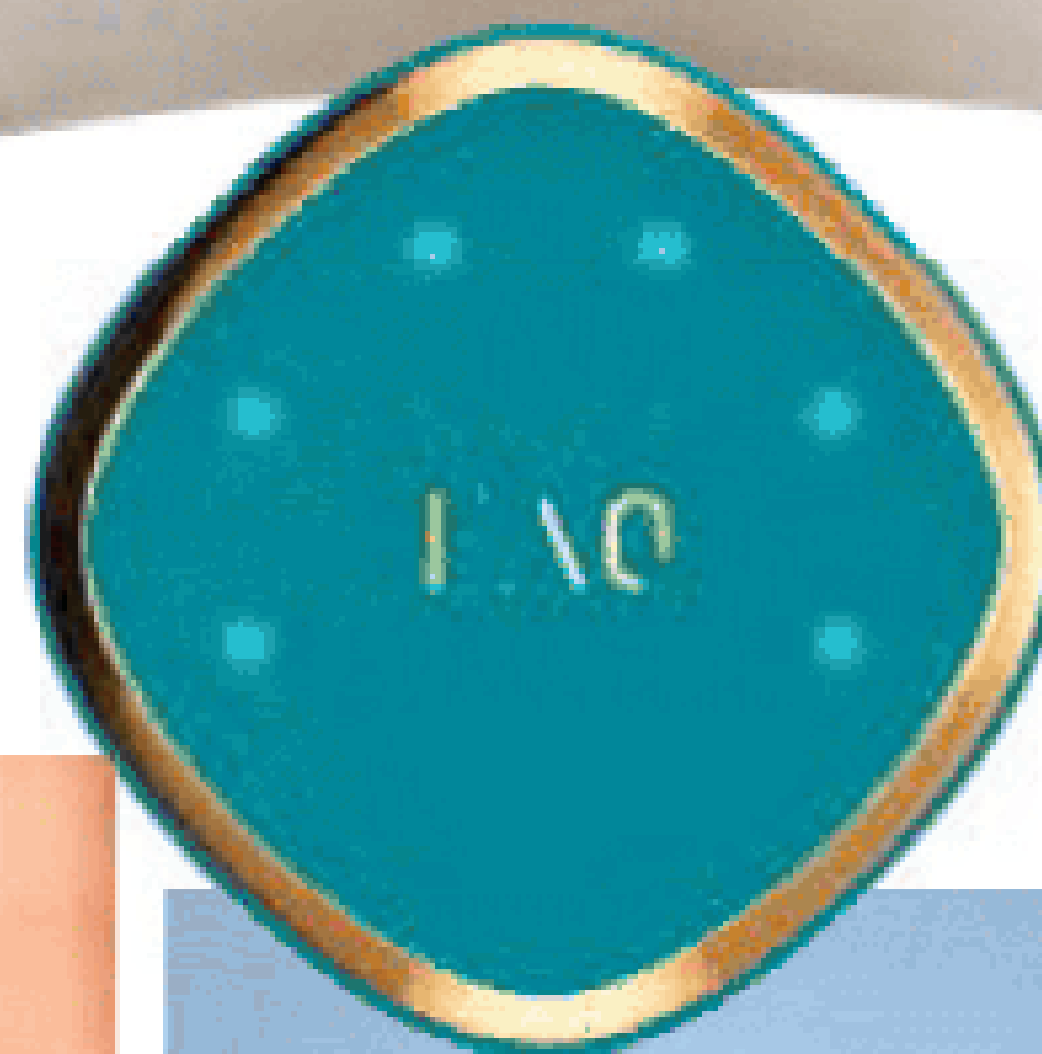
3



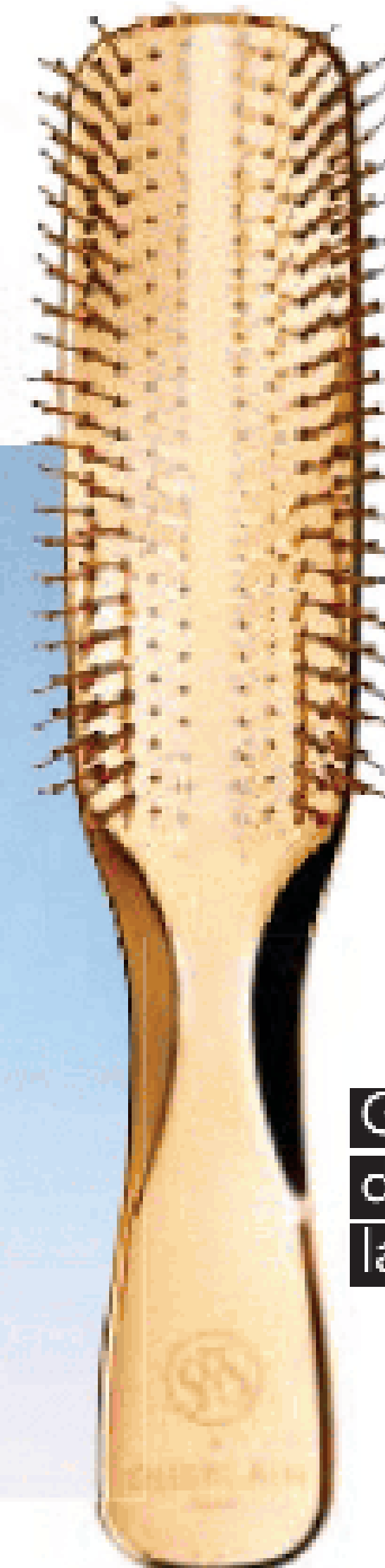
4



5



6



7



8



Glossy hair, de Dua Lipa la más copiada

Se llevan las melenas luminosas tanto en seco como en mojado, con un extra de brillo incluso con ayuda de productos de styling.

Melenas sueltas, recogidos esponjosos de efecto suflé, moños pulidos.... ¿qué viene?

Las pasarelas de Dolce & Gabbana, Yves Saint Laurent o McQueen ofrecen buenas ideas.

1. Kérastase Gloss Absolu Le Parfum (39 €). La fragancia de la mítica línea de cuidado capilar, ahora en hair mist. 2. Antifrizz Beautifier de Lico by Helena Rodero (37,90 €). Elimina al instante el encrespamiento y deja el pelo suave. 3. Funda de almohada Chok Chok de Usu Cosmetics (49,90 €). De seda de morera calidad 22 Momme, reduce la fricción. 4. Secador de pelo Philips Serie 8000 (249,99 €). Seca la melena en menos de tres minutos. 5. FAQ 301 Masajeador LED (329 €). Su luz LED roja y el masaje T-Sonic™ estimulan el cuero cabelludo. 6. Cepillo Abeille Royale, Guerlain (150 €). Inspirado en la práctica del shiatsu, sus 376 cerdas de punta masajeadora estimulan el cuero cabelludo. 7. Advanced Scalp Dermaroller de Ukhair (24 €). Sus 540 microagujas penetran en el cuero cabelludo para impulsar la producción de colágeno y acelerar el crecimiento del pelo. 8. Rowenta Air Motion (109,99 €). Secador alisador muy potente y ultraligero.

mesoestetic®

.es

manchas cutáneas bajo luz experta



cosmelan®

En mesoestetic® somos expertos en despigmentación cutánea. Más de 30 años de liderazgo e innovación y miles de clientes en todo el mundo, avalan nuestras soluciones contra las manchas.

cosmelan® es el auténtico método despigmentante profesional que ofrece resultados visibles para proporcionar una nueva luz a la piel. Eficaz en todo tipo de pieles y fototipos.

Confía tu piel a los expertos en despigmentación.

cosmelan®

the authentic
depigmenting
method

the element for skincare experts





Si la coleta afloja, la raya clarea o aparecen entradas, podría ser alopecia; un problema frecuente, todavía un poco tabú, pero con soluciones cada vez más efectivas que exploramos de mano de los mejores expertos.

—Mamen Infante. Foto: Uxio Da Vila.

ALOPECIA

(también en mujeres)

Cien cabellos diarios son los que perdemos de modo habitual; el doble durante la caída estacional de otoño y primavera. Hasta ahí, todo normal. ¿Qué pasa cuando la goma de pelo da un par de vueltas más a la coleta, la raya clarea o parece que nos han salido entradas? El Dr. Miguel Sánchez Viera, director del Instituto de Dermatología Integral, lo sabe: “Si pasados entre tres y seis meses de la caída estacional ese cabello perdido no se recupera y seguimos perdiéndolo, hay que ponerse en manos de un especialista, ya que podría tratarse de una alopecia androgenética o de alguna otra patología”. La alopecia en mujeres se muestra con menor densidad de cabello en todo el cráneo o solo en unas zonas, ya sea en la coronilla, en la zona de la frente (entradas) o en la parte superior de la cabeza. El aspecto general de la melena se muestra débil y fino, especialmente en la raíz, ya que los folículos disminuyen de tamaño. Si es tu caso, pregúntate:

LABORATOIRES
FILOGA
PARIS

**LA CIENCIA DE LA MESOTERAPIA
ENCAPSULADA EN UN SÉRUM
PARA ILUMINAR, ALISAR, REAFIRMAR**

**3 DE CADA 4
MUJERES
SIENTEN QUE
SU PIEL SE
TRANSFORMA^[1]**

**EFICACIA PROBADA
DESDE LOS 7 DÍAS^[2]**

**RESULTADOS ÓPTIMOS
A LOS 42 DÍAS^[3]**

EN LOS PARÁMETROS DE CALIDAD DE LA PIEL

1^{ER} LABORATORIO FRANCÉS EN MEDICINA ESTÉTICA FUNDADO EN 1978

[1] Autoevaluación después de 7 días de uso diario - 32 mujeres. [2] Estudio clínico - 32 mujeres - después de 7 días de uso del sérum por la mañana y por la noche, sobre la uniformidad, la elasticidad y la firmeza.
[3] Estudio clínico - 24 mujeres - después de 42 días de uso del sérum por la mañana y por la noche sobre la uniformidad, la elasticidad, la firmeza, la luminosidad y la suavidad.

Para los que no soporten las inyecciones de plasma rico en plaquetas en el cuero cabelludo, acaba de lanzarse un dispositivo que administra factores de crecimiento directamente en la zona a través de iontoforesis con electroestimulación

¿Estás estresada, en medio de algún cambio hormonal? ¿Comes bien? ¿Tienes falta de hierro...? Seguramente hay algo de eso y nadie mejor para dar un diagnóstico y un tratamiento que el dermatólogo tricólogo. “Es clave tener una actitud proactiva y acudir a consulta, ya que un retraso en el diagnóstico puede complicar el tratamiento y la evolución del cuadro”, explica la Dra. Alba Gómez, dermatóloga experta en tricología y directora de la Unidad de Tricología y Trasplante Capilar del IMR.

El 65 por ciento de las mujeres mayores de 60 años padece alopecia, informan desde la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV) y es un problema que influye profundamente en la autoestima y el bienestar emocional de quien lo padece. “A pesar de su prevalencia, sigue siendo un tema tabú. En una sociedad donde el cabello ha sido históricamente un símbolo de feminidad y belleza, muchas mujeres sienten vergüenza o miedo de hablar de su problema, lo que puede afectar a su bienestar emocional y social”, declara el Dr. Carlos Portinha, Chief Clinical Officer del grupo Insparya que sabe que, en algunos casos, la alopecia puede incluso derivar en

síntomas depresivos. Pues bien, hasta aquí las malas noticias porque desde hace tiempo se están haciendo ya en mujeres microinjertos, sobre todo uno específico para adelantar la línea de implantación, para entendernos, la parte frontal del cabello. La Dra. Claudia Bernárdez, dermatóloga experta en tricología y fundadora de la Clínica AB Derma, explica: “Se realiza rapando en mínimas zonas de la región posterior (o incluso sin rapar si es una cirugía pequeña) y usando esos cabellos para adelantar la línea de implantación. Se recurre a él cuando el envejecimiento capilar se centra en la zona de las entradas, lo que cambia muchísimo las facciones. Es un proceso muy complicado a nivel técnico pero la recuperación es rápida. En quince o veinte días la paciente hace prácticamente vida normal”.

Lo último no invasivo

Uno de los sistemas más extendidos para animar el crecimiento de un cabello más fuerte es la inyección en el cuero cabelludo de plasma rico en plaquetas pero hay personas que no soportan el dolor. Para ellos acaba de

lanzarse un dispositivo que administra factores de crecimiento directamente en el cuero cabelludo a través de iontoforesis con electroestimulación. Utiliza impulsos eléctricos para promover la penetración de ingredientes activos en los folículos, mejorando el metabolismo y la salud del cuero cabelludo. Los ingredientes activos son factores de crecimiento, vitaminas, antioxidantes y ácido hialurónico que nutren el cuero cabelludo, fortalecen el cabello y mejoran su hidratación y elasticidad. Lo hacen en Insparya y en la Unidad del Dr. Pedro Jaén en SHA Wellness Clinic.

Pestañas y cejas, ¿qué está pasando?

Si notas que se te caen las pestañas y el pelo de las cejas más que nunca, puede ser por los mismos motivos que se te cae el pelo. M^a Paz Pellús García, farmacéutica especializada en cosmética y asuntos regulatorios, lo achaca a nuestro modo de vida: “Factores como el estrés crónico y déficits nutricionales –al margen de alteraciones hormonales– pueden provocar una pérdida más notoria de pestañas y cejas. También el uso excesivo de productos cosméticos agresivos o procedimientos como el lifting de pestañas pueden dañar el folículo piloso. Es importante seguir una dieta equilibrada con suficiente proteína, hierro, zinc, biotina y vitaminas D y E, que favorecen el crecimiento del pelo. También hacer un desmaquillado suave, sin frotar y usar cosméticos que contribuyan a aumentar la densidad y fortalezcan pestañas y cejas. Los exosomas vegetales son una tecnología emergente muy prometedora, al regular la comunicación celular y regenerar tejidos. Algunos sérum de pestañas y cejas ya los incorporan, y los estudios iniciales demuestran reducción de la caída y aumento de pelo. Los péptidos también se han convertido en uno de los ingredientes más valorados por su capacidad para fortalecer, estimular y engrosar el vello”. **T**



Suplementación que funciona

1. **Iraltone Hair Efflu Booster** (53,01 €): Frena la caída capilar aguda causada por factores como el estrés, deficiencias nutricionales y cambios hormonales, además de la caída estacional.
2. **Boost Cápsulas de Lazartigue** (29,90 €): Combina extractos botánicos con un complejo mineral y vitamínico para ayudar a frenar la caída progresiva y reaccional del cabello.
3. **Olistic Night Booster** (35 €): Complemento para etapas en las que no descansas correctamente y el pelo se muestra más frágil, con menos brillo o una mayor caída.
4. **Skin, Nails and Hair Formula de Solgar** (19,99 €): Ayuda a la producción normal de colágeno y a la protección de las células frente al daño oxidativo.
5. **Phytociane de Phyto** (59,90 €): Estimula el crecimiento y aumenta la densidad del cabello.

YVES ROCHER FRANCE

El poder de la Cosmética Botánica®



NUEVO

+78%

LUMINOSIDAD
INMEDIATA*

**CAPUCHINA
ENERGIZANTE
+ VITAMINA C**



YVES ROCHER No.1 EN CUIDADO FACIAL EN FRANCIA**

*Autoevaluación en 112 casos

**Fuente: Kantar Worldpanel. Total de compradoras. Año 2024. N.º 1 en valor.

FOTO: E. ESCANDELL



EN MI RADAR

Paloma Sancho, directora de belleza de TELVA, te cuenta sus imprescindibles.

Multi-Active Glow Serum con Vitamina C y ácido glicólico, Clarins (79 €).



PIEL GLOW

La puedes conseguir con activos que aporten luminosidad, como la Vitamina C o el ácido glicólico, pero también con fórmulas hidratantes que dejen un acabado jugoso.



Abeille Royale Sérúm aceite de juventud, Guerlain (165 €).

1



3



RECIÉN LLEGADAS

Las últimas fragancias de otoño para renovar tu fondo de armario:

1. MÁS INTENSA. La familia crece con el lanzamiento de Prada Paradoxe Radical Essence. Un floral amaderado que combina aceite de neroli, absoluto de flor de naranja y pistacho (190 € 90 ml.).

2. EL PRIMER. Esta bruma para el cuerpo sirve de base para después aplicar tu perfume. Con el aroma de Coco Mademoiselle, a naranja, jazmín y rosa, este gesto potencia la estela (115 €).

3. AMADERADA. Esta variación *Atelier des Fleurs Cedrus* de Chloé, creada por Quentin Bisch y Louise Turner, empieza con bergamota y cardamomo, tiene rosa en el corazón y termina con una fusión de cedro chino, vetiver de arena indio y sándalo australiano (156 € 50 ml.).

nueva apertura



LA BOUTIQUE DEL PERFUME

BYREDO ABRE LAS PUERTAS DE SU NUEVA TIENDA EN BARCELONA, UBICADA EN LA ANTIGUA SALA DALMAU. ALLÍ PODRÁS PROBAR SU ÚLTIMO LANZAMIENTO: ALTO ASTRAL, INSPIRADO EN BRASIL, HUELE A COCO, JAZMÍN, INCENSO Y ALMIZCLE (240 € 100 ML.).

Calle Consell de Cent 349, Barcelona.
Abierta todos los días de 11:00 a 20:00.

NIACINAMIDE [PRO] DE LACABINE: LA NUEVA REVOLUCIÓN WELL-AGING PARA TRATAR TODO TIPO DE MANCHAS

Inspirada en la medicina estética, la nueva gama Niacinamide [PRO] de laCabine llega con una fórmula clínica, eficaz y accesible para combatir la hiperpigmentación en todos los tipos de piel. Una apuesta por la ciencia cosmética al alcance de todos.

En un contexto donde las rutinas de cuidado facial se transforman en auténticos protocolos de tratamiento, laCabine vuelve a posicionarse a la vanguardia del well-aging con el lanzamiento de su última innovación: **Niacinamide [PRO]**. Una gama que combina la ciencia clínica de la medicina estética con una cosmética de uso diario, segura, eficaz y universal. ¿La clave de su fórmula? Una elevada concentración de niacinamida, uno de los activos más estudiados y avalados por dermatólogos, reconocido por su eficacia para tratar manchas oscuras, mejorar la textura cutánea y fortalecer la función barrera. En esta línea, se ha potenciado su acción con un complejo exclusivo que actúa de manera integral sobre los diferentes mecanismos responsables de la hiperpigmentación, reduciendo las manchas existentes y ayudando a prevenir la aparición de nuevas. laCabine ha desarrollado esta gama con un enfoque clínico: está pensada para **todo tipo de manchas** -solares, hormonales, postinflamatorias o relacionadas con la edad- y, lo más relevante, para todos los fototipos de piel, desde las más claras hasta las más oscuras. Su eficacia no es una promesa vacía:



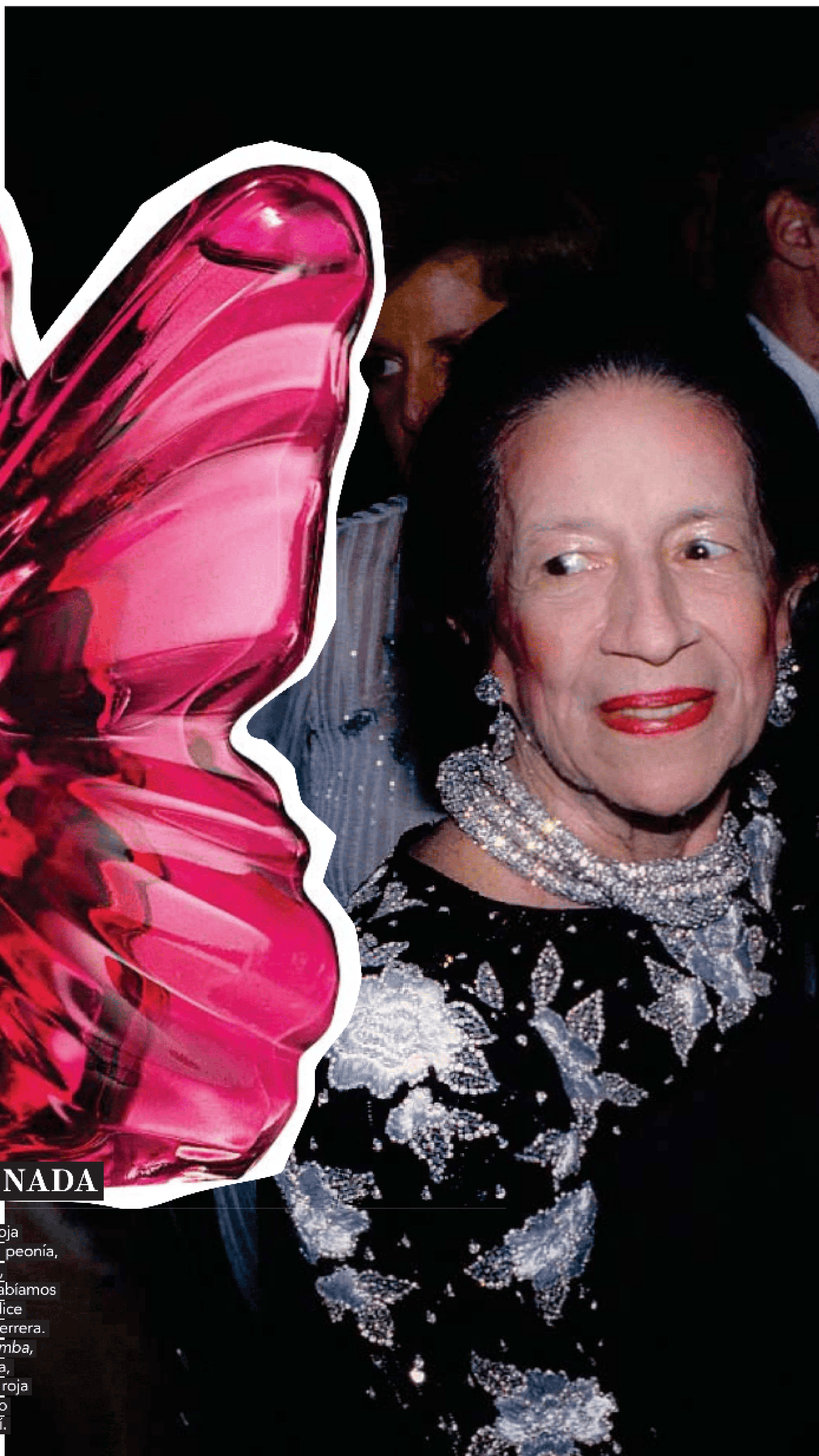
*Estudio clínico realizado sobre 20 voluntarias, durante 8 semanas, en un centro independiente.

está respaldada por un estudio clínico independiente que demuestra **resultados visibles en solo 8 semanas de uso***. La gama se presenta en varios formatos, desde ampollas monodosis ultraeficaces hasta un sérum diario, lo que permite crear una rutina personalizada y adaptada al estilo de vida de cada persona. Todo bajo un principio que guía cada lanzamiento de laCabine: acercar la ciencia estética a todas las pieles, sin distinción de edad, tono o presupuesto. Con Niacinamide [PRO], laCabine reafirma su misión de democratizar la innovación clínica en el cuidado de la piel. Una propuesta de belleza que no entiende de etiquetas ni de exclusividad, sino de resultados visibles y reales. **T**



APASIONADA

"Usamos una flor roja luminosa, que es la peonía, con base de pitaya, una fruta que no habíamos trabajado antes", dice Carolina Adriana Herrera. El resultado: *La Bomba*, con salida de pitaya, corazón de peonía roja y frangipani y fondo de vainilla y pachulí.





La editora de moda
Diana Vreeland
con Carolina Herrera
en un desfile
de Valentino en
el MOMA de
Nueva York (1982).

AHÍ LLEGA “LA BOMBE”

“Ella es ruidosa, fabulosa y explosiva como nadie más”, decía Diana Vreeland de su amiga Carolina Herrera, a quien apodó “La Bomba”. Ahora, el nuevo perfume de la casa rinde homenaje a su personalidad única.

—Paloma Sancho.

*“A mi madre le encanta La Bomba, le parece súper bonito. Aunque ella es fiel a su perfume de siempre. Ahora está usando Good Girl y se lo pone ¡hasta para dormir!”
(Carolina A. Herrera)*



Carolina A. Herrera es directora creativa de The House of Herrera Fragances.

L

a Bomba llega con fuerza y bate sus alas con el fin de embriagar a todos con un ingrediente insólito en su fórmula (la pitaya), y una forma (la de una mariposa) que promete convertirse

en objeto de deseo. Un frasco muy técnico teñido con dos colores muy de la casa: rojo y rosa. El perfume inaugura una nueva familia en la marca y promete convivir con el *best seller* de la casa (*Good Girl*, uno de los perfumes más vendidos del mundo). Carolina A. Herrera, directora creativa de The House of Herrera Fragances, nos cuenta cómo ha sido su proceso de creación.

¿Cómo nace la idea de La Bomba?

Con este perfume nace una nueva familia en Herrera. Tardamos cinco años en desarrollar este proyecto porque vas pensando, inspirándote, buccando en los archivos de la marca y uniendo palabras, e imágenes... Yo siempre digo que es como que crear una película. En este caso, la inspiración es Carolina madre, que es siempre mi punto de partida cuando creamos perfumes. Ella se va reencarnando en cada uno de ellos.

¿Por qué ese nombre?

Diana Vreeland, la mítica columnista y editora de moda, decía que mi madre era “la bombe”. Porque cuando entraba en una habitación era la sensación que generaba: una mujer segura de sí misma, que no tiene ni que abrir la boca para llenarlo todo. Es inteligente, divertida... ¡la bomba!

¿Cómo se materializa una sensación así en el frasco?

Para mí el símbolo de la mariposa es la libertad. Y se transforma, hay un simbolismo en ella de buena



Continente y contenido

La nueva fragancia se presenta en un frasco recargable con forma de mariposa que simboliza alegría, confianza y liberación. Fue creado por el renombrado diseñador industrial Konstantin Grcic, y la fabricación técnica estuvo en manos del vidriero francés Pochet du Courval. (Precio: 80 ml: 144 €).

5 PREGUNTAS A LA PERFUMISTA

suerte. Y esa es un poco la idea: que seas quien tú quieras ser. Ha sido un proceso complicado, al igual que cuando hicimos el zapato de *Good Girl*. Es un frasco muy técnico con el diseño de las alas, los diferentes moldes. Los colores son muy Herrera: rojo y rosa. Y el tapón es como el cierre de algunos bolsos de Carolina Herrera.

¿Y el aroma?

Usamos una flor roja luminosa, que es la peonía. La base es la pitaya, que es algo que no habíamos trabajado antes. Es una fruta de la pasión que está muy de moda. Y no usamos jazmín, que es algo muy nuestro, porque queríamos separarnos de lo que ya tenemos y crear un nuevo éxito.

¿Cómo conviven *Good Girl* y *La Bomba*?

Yo creo que la mujer *Good Girl* y la mujer *La Bomba* son íntimas amigas, pero no son la misma persona. Queríamos diferenciarlas en los acordes olfativos porque son dos mundos diferentes. *Good Girl* es misteriosa y juguetona y *La Bomba* es libertad, es aura. Cada uno representa lo que es a través del frasco.

Pero es un perfume muy Herrera...

Sí, Carolina mamá está siempre muy presente.

¿Qué ha dicho su madre del aroma?

Le encanta, le parece súper bonito. Aunque ella es fiel a su perfume de siempre. Ahora está usando *Good Girl* y se lo pone hasta de noche para dormir.

¿También estará pensado para la gente más joven?

Hay un boom del perfume en las generaciones más jóvenes. Yo llevo trabajando en este sector desde 1996 y a mis hijas nunca les habían interesado los perfumes. Pero ahora los quieren todos. Y este furor me encanta, pero al mismo tiempo hace que haya una gran competencia. Lo diferencial es que el jugo sea bueno y nosotros hemos trabajado con tres perfumistas maravillosos; Christophe Raynaud, Quentin Bisch y Louise Turner. Creo que las más jóvenes se van a enamorar al verlo. Primero por el frasco, pero después por el olor, porque es muy juvenil. Es dulce, es gustativo.

También hay un furor por los frascos-joya.

Es que no se lleva ya el usar y tirar. Si estás comprando una fragancia que a la vez es un objeto, te relacionas de otra forma con el perfume. Cuando viajo por el mundo y veo que algunas de mis clientas tienen auténticas colecciones de frascos de *Good Girl*, entiendo que para ellas sean como objetos de arte.

¿Tiene una gran colección de perfumes en casa?

Yo no soy tan fiel como mi mamá a un perfume, aunque tampoco tengo tantos. Sí voy cambiando y mezclando. Por ejemplo, me puedo poner *Good Girl* en las muñecas y algún aceite de Herrera Collection en otra parte del cuerpo.

Ha dicho que con *La Bomba* nace una nueva familia.

¿Está previsto que crezca?

Sí, tendrá sus hijos y ediciones limitadas. Incluso de hombre, ¿por qué no?



Elisabeth Vidal es perfumista senior de Puig.



ELISABETH VIDAL, perfumista senior de Puig, ha estado implicada en el proceso de desarrollo de *La Bomba*, una creación firmada por los narices Christophe Raynaud, Quentin Bisch & Louise Turner.

¿Cómo definirías el olor de *La Bomba*?

Es una fragancia floral afrutada luminosa que te hace sentir alegre y optimista.

¿Qué tiene de diferente respecto al resto de florales afrutados del mercado?

Tiene una salida sorprendente e inesperada. Un conjunto de notas afrutadas exóticas: verdes, cítricas, jugosas, gustativas... Su nota de corazón destaca por la riqueza floral de la peonía y frangipani, desvelando a su paso un fondo de vainilla solar de elevada fijación y durabilidad.

¿Cómo ha influido el diseño del frasco en la creación del aroma?

Es un proyecto en el que todo el "mix" se fue desarrollando en paralelo. A medida que avanzábamos, cada elemento adquiría mayor coherencia.

Pitaya roja, un ingrediente desconocido.

¿Por qué la habéis elegido?

Buscábamos una fruta única, diferente a la habituales y preferentemente de origen latino, un primer impacto jugoso y exuberante. La interpretación olfativa de este fruto, de apariencia extravagante y pulpa carnosa, aporta un toque joven y actual, creando el contraste perfecto con las notas florales de peonía.

Vivimos el boom de la vainilla,

¿por qué gusta tanto este ingrediente?

Es un ingrediente oriental con un perfil marcadamente gustativo que despierta una intensa sensación de confort, atracción y bienestar.

ESTÁN PARA COMÉRSELOS



Entre aromas de cereza, miel o sandía, la cosmética *gourmand* llega, no solo a los perfumes, sino a todos los productos de tu neceser. Un refugio tan dulce como adictivo.

—Paloma Sancho. Realiza: Raquel Mejías. Foto: Jaime Gorospe.



TAN RICOS

La moda *gourmand* traspasa la barrera de los perfumes y llega también al maquillaje y resto de productos de belleza. Mandarina, *lemon pie*, sandía, miel... Aunque el ingrediente del momento es sin duda el plátano. La prueba: las búsquedas de perfumes con esta fruta se han disparado un 100% este verano, según Google Trends, y el *hashtag* #bananaperfume tiene más de cinco millones de visualizaciones en TikTok. Buscamos olores cremosos, frescos, azucarados y cálidos que nos reconforten y, ahora, inundan las estanterías beauty.

1.

Con enzimas de sandía

Watermelon Glow, de Glow Recipe, es una mascarilla de noche con AHA que hidrata y exfolia la piel del rostro, mientras que el ácido hialurónico multimolecular, la niacinamida, el péptido de quinoa y las enzimas de sandía hidratan, iluminan visiblemente y reafirman la piel (23 €, de venta en Sephora).

2.

Frambuesa y violeta

Chance Splendide, de Chanel, tiene una estela floral-afrutada que combina un acorde de frambuesa con facetas de fruta crujiente, de rosa y de violeta, con el corazón floral del geranio rosat, que se cultiva principalmente en Grasse, en los campos de la firma francesa (168 € 100 ml.).

3.

Del fresa al melocotón

Así son los tonos del colorete más viral de la temporada: *Make Me Blush*, de Yves Saint Laurent. De un polvo ultramodulable que difumina la apariencia de los poros y líneas de expresión, la textura es ultrafina y se funde a la perfección en las mejillas (51 €).

4.

Mascarilla de miel

Honey Gloss Ceramide Therapy, de Gisu, es una mascarilla capilar con miel procedente del jardín Mirsalehi y ceramidas biomiméticas, que hidrata intensamente el cabello, lo fortalece y le aporta brillo sin apelmazarlo (21€, de venta en Sephora).

5.

Labios glaseados

Con el labial *Peptide Lip Tint* de Rhode, la marca de Hailey Bieber, disponible en varios tonos. Nuestros favoritos: mora y rosa jelly.

6.

Suave mandarina

Ponerte esta crema de manos con el aroma del perfume *Mandarine Basilic Aqua Allegoria* es un placer. Es de Guerlain y está enriquecida con manteca de cera de abeja que hidrata y nutre con suavidad (56 €).

7.

Acabado glowy

Consigue unos labios súper brillantes con los *Glaze Craze Tinted Lip Serum* de Laniece. Estos bálsamos labiales hidratantes y con color tienen un tono modulable, activos hidratantes y un efecto glowy pero no pegajoso (22 €).

8.

Banana manía

Prada Balm Banana Yellow rinde homenaje a uno de los estampados más icónicos de la marca, los plátanos, protagonistas de su colección Prada Spring/Summer 2011. La marca inicia, además, la tendencia de la banana en el mundo de la belleza con esta barra amarillo pastel con forma triangular que aporta un tono dorado translúcido a los labios. También se puede aplicar en las mejillas (45 €).

9.

El olor del *marshmallow*

Mona Kattan, fundadora de la marca de perfumes Kayali y cofundadora de Huda Beauty, ha creado el parfum intense *Yum Boujee Marshmallow* que huele a malva-

visco, fresas, copos de coco, sutil freesia, vainilla batida y almizcle rosa (32 €).

10.

Vainilla y nueces de macadamia

La última bruma de Sol de Janeiro se llama *Brazilian Crush Cheirosa 71*. Apta para cuerpo y cabello, tiene notas cálidas de vainilla caramelizada y nueces de macadamia tostadas (26 €).

11.

Muy brillante

Delineador de labios con brillo de acabado suave y brillante *Lip Glazer*, M.A.C (27 €). Delinea, rellena y proporciona volumen y brillo. Disponible en ocho tonos.

12.

Tono Honey

MoistureGlow™ Plumping Lip Serum es un rellenador de labios de Make Up by Mario en tono Honey que se funde con los labios y los rellena, al tiempo que los nutre e hidrata con una mezcla de aceites veganos. Dispone de stick retráctil para facilitar la aplicación (29 €, de venta en Sephora).

13.

Con extracto de naranja

El aceite labial *Oil Lip Plumper* de Dolce & Gabbana tiene propiedades antioxidantes y está inspirado en los aromas de un verano en Italia. El envase de vidrio esmerilado lleva un monograma dorado y un tapón a juego con un esponjoso aplicador (45 €).

Set de desayuno de cerámica, cubertería y copas, Vintage Macassar. Mantel y copas, Zara Home. Tarta de fresa, Balbisiana. Tartas con decorados, Bliss Bakery.

UN ACTIVO DE NUEVA GENERACIÓN

“He usado este contorno de ojos con Retinal multi-encapsulado durante un mes y puedo decir que es una cura nocturna que ha transformado mi mirada”

(María Villora, periodista de belleza)



Round Midnight
Renewing Eye
Cream, Alma
Secret (23,80 €).

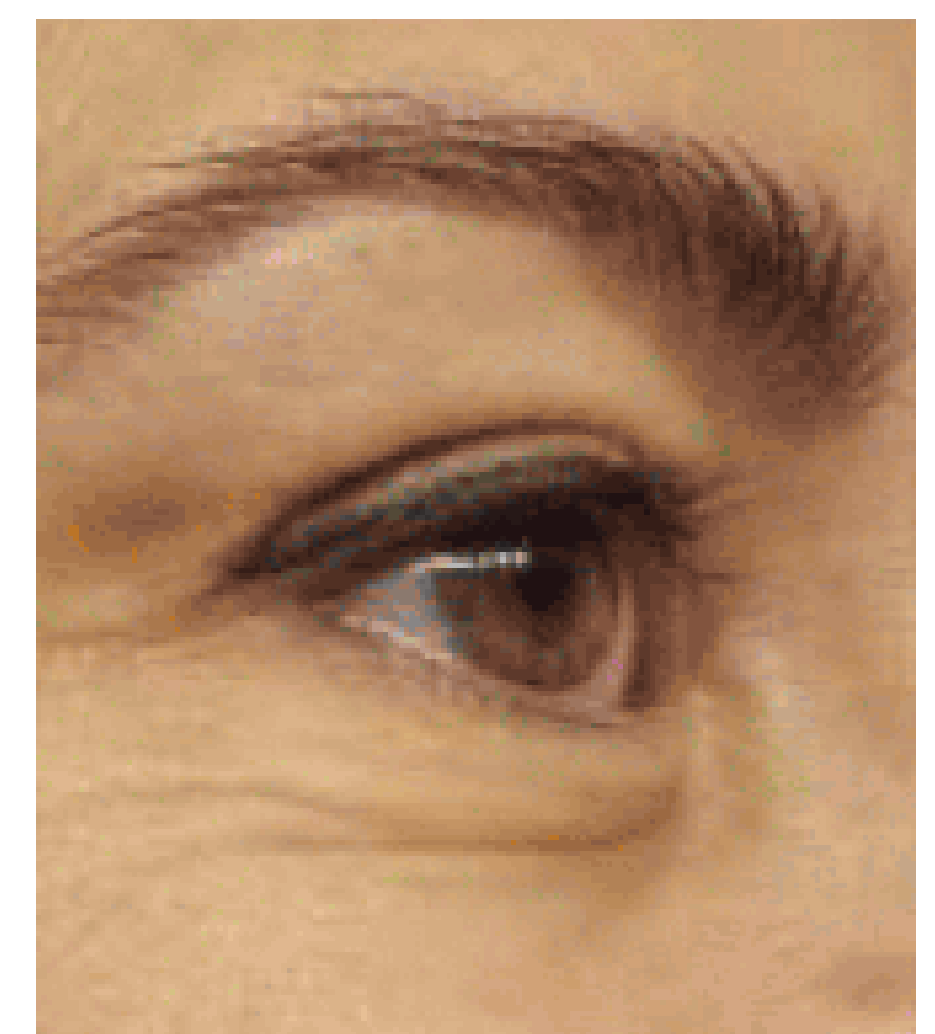
Hay zonas del rostro que no perdonan. En mi caso, siempre ha sido el contorno de ojos porque suele ser el primero en delatar la edad o una mala noche. Hace unas semanas empecé a probar *Round Midnight Renewing Eye Cream*, el nuevo contorno de ojos con Retinal de Alma Secret. No solo como periodista de belleza, sino como mujer que ha puesto a prueba muchos productos que prometen milagros. Empecé a usarlo por la noche, después de la limpieza y antes de aplicar mi hidratante. Su textura es muy ligera, tipo sérum, por lo que se absorbe rápido y deja una sensación fresca, nada pegajosa. Me encanta su aroma suave, como a limpio. Durante los primeros días sobre todo notaba un efecto hidratante y de descanso en la mirada. Pero a partir de la segunda semana empecé a ver cambios sutiles: la piel del contorno se veía más suave, menos apagada y con un tono más uniforme. **Lo que más me llamó la atención fue ver cómo empezaron a difuminarse esas líneas finas que suelo tener marcadas justo debajo de los ojos.** Y, sobre todo, cómo la zona parecía más “despejada”.

La clave de todo está en su ingrediente estrella,

que es el Retinal multi-encapsulado, un activo de nueva generación en vesículas multicapa que hace que el ingrediente llegue intacto a las capas profundas de la piel y se libere poco a poco, sin irritar. Esto lo hace mucho más tolerable, incluso para pieles sensibles como la mía, y según explican desde la marca, **hasta 11 veces más eficaz que el retinol tradicional y 15 veces más que otros retinales.** Además del Retinal, la fórmula incluye otros ingredientes como el Bakuchiol, extracto de Rambután, un cóctel de 7 plantas alpinas suizas, Niacinamida y Ectoína. Después de un mes de uso, puedo afirmar que este contorno de ojos ha cambiado mi rutina de cuidado nocturno. Ha conseguido devolverle a mi mirada un aspecto más firme y fresco, y ha eliminado esa cara de cansada que dan las ojeras.



ANTES



DESPUÉS

(* Imagen real, sin retoque fotográfico)



Christine d'Ornano
co-fundadora de Sisley.

Neurociencia que cambia tu piel

No es solo belleza, es biología emocional. La nueva firma NEURAÉ convierte el cuidado de la piel en un laboratorio de emociones: sus fórmulas actúan sobre el impacto del estrés o la fatiga en el rostro y prometen algo inédito en cosmética: transformar las emociones en bienestar visible.

—Clara Sánchez de Ron.

No se trata solo de cosmética. Hablamos de un enfoque que reconoce cómo cada emoción deja su huella en el rostro. Así nace Neuraé, la nueva marca francesa que une ciencia, emoción y bienestar en el cuidado de la piel basada en la neurociencia. Desde hace más de diez años, los laboratorios de Sisley investigan la relación entre emociones y envejecimiento. La tristeza puede apagar la luminosidad; la fatiga, restar firmeza y energía; el estrés, profundizar las arrugas y difuminar el contorno. El secreto de Neuraé está en su tecnología NA3™, que combina ingredientes neuroactivos, fragancias emocionalmente diseñadas y texturas que estimulan neurotransmisores de la piel. Cada crema, cada aroma y cada aplicación se convierten en un pequeño ritual de bienestar. Christine d'Ornano resume su objetivo: “La belleza verdadera no se mide solo en lo que se ve, sino en

cómo te hace sentir”, explica. Esta nueva firma propone tres colecciones según el estado emocional: Serenité, para suavizar arrugas y liberar estrés; Joie, para devolver la luminosidad a la piel apagada por la tristeza; y Énergie, para revitalizar la piel cansada y devolver firmeza. Aplicar estas cremas, sérums y mascarillas no es solo un gesto de cuidado estético, sino un acto consciente de bienestar. El concepto clave es el “envejecimiento emocional”: cómo el estrés, la tristeza o la falta de sueño dejan huella visible. “El estrés provoca inflamación, frena la producción de colágeno y elastina e impide que la piel funcione bien”, advierte. Desde la firma se ha creado “un mapa que relaciona emociones con signos de envejecimiento y “comprenderlo nos permite actuar sobre cómo se refleja cada emoción en la piel”, explica Pauline Poussin, directora de comunicación científica de la firma. Es lo que llamamos envejecimiento emocional, y es algo que hemos anali-

zado. Por ejemplo, el estrés tiene un efecto en nuestra piel, y también está relacionado con la falta de sueño, ya que dormir es muy importante. Un efecto secundario del estrés es no dormir lo suficiente. Dormir también es fundamental para regenerar la piel. “Hemos comprobado que ciertas emociones tienen un efecto negativo en la piel, incluso en los músculos como la forma en que fruncimos el ceño... No es por nada, sino por las emociones”, asegura Christine d'Ornano. Así que definitivamente hay un impacto negativo e inflamatorio. Y todos sabemos que la inflamación es muy perjudicial para la piel. Y como no queremos que envejezca, por ello es muy importante cuidar nuestro bienestar emocional. Más claro no lo puede decir Poussin, “un rostro cuidado puede ser, literalmente, más feliz. Y Christine d'Ornano completa la idea: “Cuando el cerebro percibe excitación, miedo o vergüenza, la piel responde; ahora podemos armonizar esa reacción y traducirla en bienestar.” Entre los productos más

Potentes sensores

La tecnología Emotion Xplorer cuenta con 4 potentes sensores, que juntos, dibujan una ilustración de lo que está ocurriendo en vivo en la mente.

Qué hacen los sensores

El EEG mide la actividad eléctrica cerebral, el PPG mide la evolución del ritmo cardíaco y la oxigenación de su sangre, el GSR la actividad electrodérmica, y el DTS la temperatura de la piel.

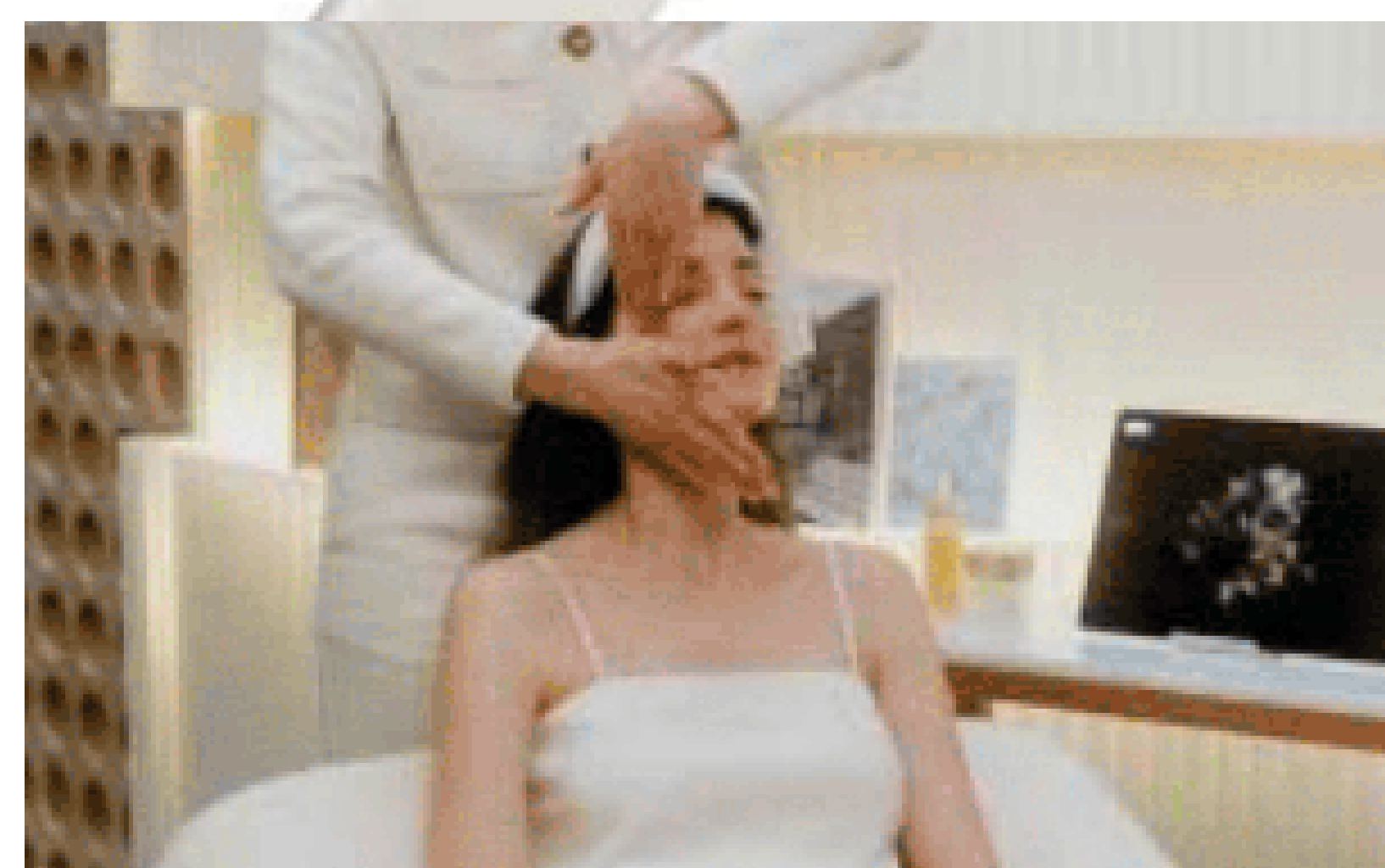
Tratamiento exclusivo

Permite ver cómo está la mente reaccionando a los productos mientras se recibe tratamiento, y evalúa la evolución del estado emocional mediante gráficos.

ACCIÓN Y REACCIÓN

destacados de la nueva firma se encuentra la crema energizante, que integra toda la tecnología NAg™ y combina la textura, el aroma e ingredientes activos para ofrecer un efecto visible y emocional y una nueva mascarilla con resultados probados para mejorar la calidad del sueño y levantarse con una piel resplandeciente. Estos nuevos cosméticos buscan un impacto emocional positivo: aumentar las endorfinas y la GABA, reducir el cortisol, estimular el colágeno y la regeneración de la piel.

Además, Christine d'Ornano señala la importancia de la rutina de cuidado de la piel para un bienestar integral. Cuidarse unos minutos al día, acompañar los tratamientos con masajes o paseos al aire libre, contribuye a reducir el estrés y a mejorar la piel. Y como concluye Pauline Poussin, "un rostro cuidado puede ser, literalmente, más feliz". Con Neuraé, la ciencia demuestra que la piel no solo refleja nuestras emociones: también puede transformarlas. **T**



El tratamiento con la tecnología **Emotion Xplorer**, desarrollada en exclusiva para Neuraé, permite "ver" cómo reacciona tu mente a los productos mientras recibes un masaje personalizado. Solo en la maison.



Mascarilla de noche Harmonie:

Restaura la piel, evoca una sensación de sueño más reparador y al despertar, la piel luce más radiante (110 €).

L'Emulsion Joie: Una crema para potenciar la luminosidad de la piel y que luzca menos apagada (130 €).

La Crème Énergie: Reafirma la piel y ayuda a restaurar el tono de la piel cansada (130 €).

Bálsamo Sérénité: ayuda a calmar la piel estresada recuperando la expresión facial serena (130 €).

Sérum Harmonie: Reequilibra y transforma la piel (150 €). Todos los productos contienen un 97 % de ingredientes naturales, frascos rellenables y envases reciclables con tapas de madera y texturas que potencian la sensorialidad.

Ritual en cabina: Viene incluido con cualquiera de los tratamientos de Neuraé: Sérénité, Joie y Énergie. En Maison Sisley c/ Claudio Coello, 26. Madrid.



Susana Rodríguez en el salón de su casa con chaleco y pantalón azul marino, Bleis Madrid. Zapatos con punta cuadrada, Zara.

“La cosmética made in Spain es aval de garantía”

En un mercado cosmético que va demasiado rápido y que se mide a golpe de *Hype*, todavía quedan marcas que defienden LA CIENCIA Y LA EFICACIA. Como Cantabria Labs, de cuyo ADN hablamos con SUSANA RODRÍGUEZ, CEO de este laboratorio farmacéutico español.

—Paloma Sancho. Realiza: Raquel Mejías. Foto: Toni Mateu.

Cuando le preguntas a Susana Rodríguez (farmacéutica, CEO y directora general de Cantabria Labs) cómo ha cambiado la compañía desde que empezó a trabajar en ella hace 25 años, la respuesta es tajante: “Lo cierto es que tenía el mismo espíritu de ahora”. Y ella lo define como “dinámico, emprendedor, innovador y familiar”. Pero, sobre todo, Cantabria Labs es un laboratorio farmacéutico, “y eso te distingue de otros que trabajan solamente la cosmética”. Con presencia en más de 100 países, sede en España y filiales propias en EE.UU, Francia, China, Italia, Marruecos, México y Portugal, la empresa distribuye al año 56 millones de productos para la salud y el cuidado de la piel, y cerró 2024 con una facturación de 394 millones de euros. Pero, ¿cómo mantenerse en las cifras

del éxito en tiempos inciertos? Susana nos lo cuenta.

¿Cómo está valorado el Made in Spain en cosmética en el mundo?

Es un aval de garantía. España es el segundo país del mundo en exportación de perfumes, por ejemplo. En el caso del sector de la dermatología

“En Cantabria Labs nuestro ADN y proceso de fabricación cosmética tiene los estándares de laboratorio farmacéutico”

cosmética nuestro país es muy potente y competitivo. De hecho, dos de las compañías líderes en fotoprotección en todo el mundo son españolas. Y una de esas dos es Cantabria Labs. España, por su localización geográfica, ha sido crisol de distintas culturas (griegos, los romanos, los árabes). Todos ellos han utilizado muchos aceites esenciales, ungüentos y terapias medicamentosas para la piel. Creo que todo eso ha fomentado que seamos un país productor. Como curiosidad la propia Sofía Vergara, con la que recientemente hemos lanzado la marca *Toty*, comentaba que saber que sus productos venían de España le daba seguridad.

¿Cómo ha cambiado el consumidor de cosmética en estos años?

Está muy informado, pero a la vez más desinformado porque la veracidad de la información que consume es dudosa. Por eso para nosotros resulta tan importante trabajar siempre de la mano de los “profesionales de bata blanca”. Creamos productos eficaces, con una base científica y con estudios de eficacia. Y todo esto al final está recomendado por el dermatólogo y por el farmacéutico. Todo nuestro ADN y fabricación tienen los estándares de laboratorio farmacéutico. Ahora mismo somos el laboratorio número uno en prescripción dermatológica. Una marca “de bata blanca”, ¿cómo se dirige a la generación que compra en redes sociales?

Con campañas de concienciación de

fotoprotección, como nuestro Observatorio Heliocare que empezamos en 2017 y por donde han pasado 45.000 personas a las que hemos entrevistado para conocer sus hábitos de consumo en fotoprotección. Muchísimas de ellas eran jóvenes. El proyecto era para ellas. Estamos presentes en festivales, como el Mad Cool o Primavera Sound, con stands de Heliocare hablando de fotoprotección y dando cremas solares. Con este tipo de campañas es como nos queremos relacionar con ellos: nuestro objetivo es que los jóvenes asocien la cosmética a la

salud, y que entiendan la importancia del profesional sanitario.

¿De qué te sientes especialmente orgullosa dentro de los avances que habéis logrado en los últimos años?

El lanzamiento de la marca *Skin Resist* para pieles sensibles, con una tecnología propia y patentada llamada Aquammunist® que procede de las aguas termales de nuestro manantial en Santander; el lanzamiento de ASPA-Fernblock®, la tecnología de origen vegetal dentro de nuestros solares Heliocare que preserva los niveles del receptor de Vitamina D en la piel; y la fórmula bebibble de Iraltone, que actúa sobre la caída capilar aguda y estacional, fortalece el folículo y restaura el equilibrio del ciclo de crecimiento del cabello.

Precisamente vosotros fuisteis pioneros en suplementación oral.

De hecho tenemos nuestra propia fábrica de suplementos en Torrejón de Ardoz (Madrid). Siempre hemos trabajado la dermatología de una manera muy holística, abordando el cuidado de la piel con medicamentos, cosmética y complementos orales. Por ejemplo, fuimos pioneros en el lanzamiento de la fotoprotección

oral, que tiene 30 años. Y lo lanzamos junto a Harvard Medical School con el dermatólogo Thomas B. Fitzpatrick que es el padre de la dermatología moderna.

Cantabria Labs es una empresa familiar (la familia Matji cuenta con la participación mayoritaria). ¿En qué se nota?

Le imprime un carácter especial y facilita que hayamos sido capaces de mantener los valores a lo largo de los años. Como llevo 25 años en la empresa soy testigo de la transmisión de esos valores. Destacaría especialmente el compromiso con la sociedad y con mejorar la vida de las personas. Tenemos un gran compromiso de responsabilidad social corporativa y buscamos un crecimiento sostenible. Hablamos de un crecimiento sano en el que se cuida a las personas.

¿Qué es un crecimiento sano?

Ser los primeros en innovación, pero no ser los primeros en lanzar productos a toda costa, sino manteniéndonos fieles a nuestro ADN que es farmacéutico. El mercado cosmético va muy rápido en la actualidad, lo que tiene una parte positiva en cuanto a que te dinamiza y hace que no te pares, pero no sé cuánto de positivo

“El consumidor está muy informado y desinformado a la vez. Por eso queremos trabajar de la mano del profesional de bata blanca: el dermatólogo y el canal farmacia”

es para los usuarios, porque hay mucha polución y desinformación. Al final, lo que los usuarios queremos, y me pongo en primera persona, es saber de verdad qué es lo que necesitas.

¿Qué retos tienes para el 2026?

Seguir innovando en los tres ejes que comentábamos: fármacos, cosmética y complementos alimentarios. Por otra parte, que los usuarios conozcan a Cantabria Labs como una compañía de dermatología a la vanguardia. **T**

Maquillaje y Peluquería: José Luis Ruzafa (Ana Prado) para Guerlain y Sisley Hair Rituel.

De buena tinta

El color se derrama aquí como una prodigiosa marea de optimismo. Es la casa parisina de la interiorista TIPHAINÉ VERDIER, fundadora de la firma deco Les Causeuses, un escenario vivo de mezclas audaces y piezas vintage que tienen muchas vidas que contar.

—Texto y Fotos: Ramona Elena Balaban/Living Inside.

En el salón, sofá años 70 Sandra, Annie Hiéronimus para Cinna Ligne Roset. Lámpara japonesa, HK Living. Cuadro japonés adquirido en un mercadillo. Aplique y almohadones, Les Causeuses. Alfombra, Nordic Knots.





Tiphaine Verdier en un rincón del salón. Sillón rosa de Alki, Piretti. Lámpara procedente de un mercadillo.

Cuando entró por primera vez, la casa era de un blanco impoluto, “una pesadilla para los amantes del color. Saqué mi brocha y en cuatro meses se volvió irreconocible”, dice Tiphaine

En este rincón del salón, sofá amarillo, Knoll. Mesa de centro, Willy Rizzo. Estantería hecha a medida y embocadura original de mármol. Lámpara de hojas años 70, Carlo Giorgi.



Rincón del comedor con tapiz Aubusson y escultura floral, Hans Kogl. A la dcha., cómoda procedente de un mercadillo. Sillón, Willy Rizzo para Cinna.



A la izda., perspectiva del comedor con chaise longue de herencia familiar. En esta foto, cuadro de Martin Jarry.





En el comedor, mesa de
mármol rosa, Les
Causeuses. Sillas, Willy Rizzo.
Lámpara de techo, Made by
hand; lámpara sobre la
chimenea procedente de
mercadillo.

Vivió ocho años en Londres donde se impregnó de la pasión británica por los estampados: “Apliqué mi adquirido vocabulario floral para animar el interior de las casas”



El dormitorio,
con lámpara de
suelo años 30,
colcha vintage y
apliques, Etsy.

París, distrito 17. Después de una larga temporada en Inglaterra, la decoradora francesa Tiphaine Verdier se enamoró de este dúplex instalado en un clásico edificio haussmanniano. Fue su apuesta para volver a *casa*, en el pleno sentido de la palabra. 120 metros cuadrados repartidos entre los dos pisos superiores de una finca típicamente burguesa (con buhardilla incluida) donde el color y la creatividad se hicieron cómplices para exhibir un audaz repertorio de tonos intensos.

Tiphaine transformó lo que antes era una simple *caja* neutra en un refugio que abraza. En su afán renovador, sólo la escalera se salvó del repinte, y fue por pura practicidad: “No sabía qué hacer con ella -ha confesado-. Al final, copié el color y lo apliqué en las paredes del hall”. Cuando entró por primera vez en este piso se encontró con un escenario propio de un espíritu minimalista o, como diría ella, la pesadilla de una amante del color. “Todas las paredes eran completamente blancas”, recuerda. Pero esta decoradora de interiores, diseñadora de muebles y fundadora (en 2016) de la firma Les Caususes, especializada en decoración y mobiliario de inspiración vintage, vio su enorme potencial: “Me atrajo porque parecía una casa en el cielo, con una separación acertada entre las zonas de día y de noche”.

Con su mirada experta y muchas dosis de valentía, Tiphaine no perdió el tiempo: “Saqué mi brocha y, en solo cuatro meses, el lugar se volvió irreconocible”, comenta. Sin embargo, la transformación no estuvo exenta de pruebas y errores. “Para desesperación de mis hijos, pinté el salón tres veces antes de quedar satisfecha”, admite. También los niños/adolescentes pusieron sus vetos. Un día llegaron a casa y se encontraron la pared del comedor teñida de amarillo fosforescente. Su “no” fue definitivo.

La filosofía de Tiphaine a la hora de diseñar gira en torno al poder emocional del color. “Es la mejor forma de transmitir emociones y sentimientos”, explica. “El mejor instrumento para generar entornos singulares y auténticos”. De hecho, ella no inicia una decoración a

partir de un mueble, sino de un tono. Esto se hace especialmente evidente en su espacio favorito: el salón. “Cuando empecé a pensar en esta habitación, quería un ambiente cálido y acogedor”, dice. El resultado es una armoniosa combinación de rosa salmón y amarillo brillante, una mezcla atrevida pero reconfortante. Un reflejo del gusto de su dueña por las piezas vintage y una solvente influencia de la estética británica.

De hecho, pasó ocho años viviendo en Londres, donde su trabajo se impregnó de cierto toque excéntrico. Además, empezó a utilizar elementos muy británicos en los estam-

pados: “Apliqué mi adquirido *vocabulario* floral cuando fundé Les Caususes para animar el interior de las casas. Se ha convertido en uno de mis recursos más característicos”. Así, una rápida incursión en su tienda online desgrana su optimista colección de estampados en los tejidos de las tapicerías. ¿La filosofía de su marca? Colorido y artesanía en piezas producidas con ánimo sostenible como lámparas, sillones y almohadones. Aparte de sus diseños, las debilidades deco de Tiphaine quedan patentes en dos de sus tiendas favoritas en París: MobilHome (108 rue Legendre, París XVII), para fans de los años 50-60 y la floristería La Marguerite (106 rue Cardinet, París XVII) con una estupenda selección de flores naturales.

Desde pequeña su carrera de interiorista estaba casi predestinada: “Mis padres

adoraban el arte, eran muy cultos, amaban la belleza. Solían llevarme a subastas, mercadillos, museos y exposiciones. Mi madre era profesora de literatura y mi padre director de una compañía, un trabajo que le aburría mucho, y lo compaginaba con impartir clases de arquitectura en la escuela de Bellas Artes. Dedicarme a algo creativo surgió con naturalidad”, asegura.

Graduada en Studio Berçot, el centro parisino especializado en formar estilistas de moda, también realizó un postgrado en Historia del arte. Un bagaje cultural que se puede apreciar en esta casa donde vive con sus dos hijos adolescentes: “Mi objetivo es conseguir atmósferas optimistas”, asegura. Basta con ver su obra para comprobar que aquí la misión está cumplida. **T**



El dúplex parisino donde vive Tiphaine, en el barrio 17, ocupa los dos últimos pisos de un edificio típicamente haussmanniano.

cocina

Magia en capas

Con sus láminas crujientes y sabrosas, el HOJALDRE se ha convertido en el cómplice culinario que garantiza resultados impecables y del que pocos se atreven a prescindir. Nuestras recetas dulces y saladas lo demuestran.

—Recetas, fotos y realización: Raquel Carmona.



ROLLITOS CON CREMA
DE PISTACHO





TARTA DE TOMATES
Y PESTO

TARTA DE PERA,
GORGONZOLA Y NUECES





HOJALMILLO



PALMERITAS,
NAPOLITANAS
Y CROISSANTS EN
VERSIÓN MINI

La manera de hacer fácil y “rápido” el hojaldre

Ingredientes para 6 personas: 250 g de harina de trigo, 250 g de mantequilla sin sal, 120 ml de agua fría, 1 cucharadita de sal. **Modo de hacerlo:** mezclar la harina, la sal y la mantequilla fría cortada en dados con las manos, aplastando los cubos sin deshacerlos. Debe quedar una mezcla harinosa con trozos visibles de mantequilla. Añadir el agua poco a poco, hasta que la masa empiece a unirse. Juntarlo formando una bola, envolverlo en papel film y refrigerar 30 minutos mínimo. Sacar la masa, enharinar ligeramente la superficie y, con un rodillo, estirar la masa en un rectángulo de 40 cm de largo. Doblar la masa en tercios, primero un lado hacia el centro, y el otro encima. Girar 90°, extenderlo de nuevo, plegar y refrigerar. Repetir la operación 3 ó 4 veces en total, con nevera entre pliegue y pliegue. Tras el último pliegue, dejarlo reposar 30 minutos mínimo en la nevera antes de usarlo. La masa se puede congelar. Añadir una cucharada de azúcar si la receta es dulce. **Palmeritas:** hacer dos rollos con la masa, cada uno a un lado, enrollarlo hacia el centro y cortar láminas finas en vertical. Espolvorearlo de azúcar y dorar en el horno. **Croissants:** cortar la masa en triángulos y envolverlos sobre sí mismos. Dorar en el horno. **Napolitanas:** envolver onzas de chocolate en hojaldre y hornearlo.

Rollitos con crema de pistacho

Ingredientes para 4-6 personas:

2 láminas de hojaldre, 1 huevo, 100 g de pistachos pelados, 2 cucharadas de miel, 1-2 cucharadas de aceite de coco, una pizca de sal, 50 ml de nata.

Modo de hacerlo:

Extender el hojaldre y cortarlo en tiras de 2,5 cm de ancho. Enrollar cada tira en espiral (se pueden unir dos para hacerlo más grande). Colocar los rollos en el centro de aros para hornear (a 1,5 cm. aprox de las paredes, con el calor, doblarán su tamaño). Pintar con huevo batido.

Colocarlo sobre una bandeja y cubrirlo con otra bandeja para que no se inflen. Cocerlo a 180° C 30 min. aprox.

Para la crema de pistachos, triturar los pistachos, añadir la miel, el aceite de coco y la nata. Volver a triturar hasta obtener una crema suave, lisa y con textura densa. Para aligerarla, añadir más nata. Enfriarla. Cuando el hojaldre esté hecho, esperar a que se enfríe, cubrirlo con la crema y pistachos picados.

Nuestro truco: rellenarlo con manga pastelera y boquilla estrecha, pinchando la parte superior.

Tiempo de elaboración: 40 min.

Dificultad: fácil.

Precio aprox.: 2 €/persona.

Conservación: 2-3 días, sin la crema.

Calorías aprox.: 500/ración.

Tarta de tomates y pesto

Ingredientes para 4 personas:

1 lámina de hojaldre, 500 g de tomates cherry de colores, 3 cucharadas de aceite de oliva Virgen Extra, 2 cuch. de vinagre balsámico, sal, pimienta.

Pesto: 60 g de hojas de perejil fresco, 50 g de piñones, 1 diente de ajo, 40 g de queso parmesano rallado, 100 ml aceite de oliva Virgen Extra, el zumo de 1/2 limón.

Modo de hacerlo:

Pesto: lavar y secar el perejil. Pelar el ajo. Emulsionar todos los ingredientes con batidora. Reservar.

Precalentar el horno a 180°C. Estirar el hojaldre, colocarlo sobre el molde de horno, y pinchar la superficie con un tenedor para que no suba demasiado. Pintarlo con huevo batido y hornearlo 15-20 minutos, hasta que esté dorado y crujiente. Si se hincha mucho, volver a pincharlo. Retirarlo del horno.

Mientras, lavar y secar los tomates. Mezclarlos con el aceite, el vinagre, pimienta y sal. Extenderlos en una capa sobre una bandeja forrada con papel de horno. Hornearlos 10-15 minutos, o hasta que estén ligeramente blandos, con la piel un poco arrugada, y hayan soltado su jugo, sin que se deshagan. El tiempo varía según tamaño. Reservar el jugo.

Cubrir la masa con el pesto, colocar los tomates extendidos. Añadir un poco de pesto, el jugo de los tomates y perejil picado. Servirlo.

Nuestro truco: dorar los piñones para que su sabor sea más intenso.

Tiempo de elaboración: 50 min.

Dificultad: fácil.

Precio aprox.: 4 €/persona.

Conservación: 2-3 días en nevera, sin montar.

Calorías aprox.: 448/ración.

Tarta de pera, gorgonzola y nueces

Ingredientes para 4 personas:

1 lámina de hojaldre, 2 peras, 120 g de queso gorgonzola, sirope de arce, 40 g de nueces picadas, 1 huevo, tomillo fresco.

Modo de hacerlo:

Precalentar el horno a 200° C. Pelar las peras, cortarlas por la mitad y descorazonarlas. Trocear las nueces.

Extender el hojaldre sobre una superficie ligeramente enharinada y colocarlo en una bandeja para hornear. Hacer un pequeño corte de 1,25

cm alrededor del hojaldre, sin llegar al fondo. Desmenuzar el queso sobre el hojaldre. Colocar en orden las peras sobre el queso y añadir las nueces y el sirope. Pintar los bordes con huevo batido.

Hornear 15 - 20 minutos, hasta que la base esté dorada. Sacarlo del horno, rociarlo con más sirope y tomillo fresco. Servirlo.

Nuestro truco: laminar las peras.

Tiempo de elaboración: 40 min.

Dificultad: fácil.

Precio aprox.: 3 €/persona.

Conservación: 2 días en nevera, sin montar.

Calorías aprox.: 352/ración.

Hojalmillo

Ingredientes para 2 personas:

1 solomillo de cerdo ibérico, 150 g de jamón serrano, 4 lonchas de queso curado, sal, pimienta, 1 lámina de hojaldre, 1 huevo.

Modo de hacerlo:

Precalentar el horno a 200°C. Salpimentar el solomillo, y cortarlo por la mitad. Extender dos lonchas de jamón, cubrir con queso y con la mitad del solomillo. Envolver haciendo un paquete. Liarlo con papel film y enfriar en nevera un rato. Repetir con la otra mitad.

Extender el hojaldre y cortarlo por la mitad. Retirar el film al solomillo, colocarlo sobre el hojaldre y cerrarlo como un paquete. Decorarlo con la otra lámina. Pintar con huevo batido y hornear 30 min. aprox., hasta que se dore. Sacar y servir.

Nuestro truco: añadir mostaza antigua al solomillo.

Tiempo de elaboración: 45 min.

Dificultad: fácil.

Precio aprox.: 12 €/persona.

Conservación: 2 días en nevera, sin hornear.

Calorías aprox.: 1.150/ración.



PLANTA CARA A LOS GRANOS

¡TENEMOS UN PARCHES
PARA CADA MOMENTO!

SOS

Granos localizados con **punta blanca**

XL

Brotes de granos en **rostro y cuerpo**

MICRODARDOS

Granos localizados **sin punta blanca**

FUN

Granos localizados de **manera divertida**

PARCHES HIDROCOLOIDES CON
FÓRMULA Y EFICACIA PROBADA

90%

menos
IMPERFECCIONES*



¡NOVEDAD!

EXPERTOS EN PARCHES DE GRANOS

www.irohanature.com

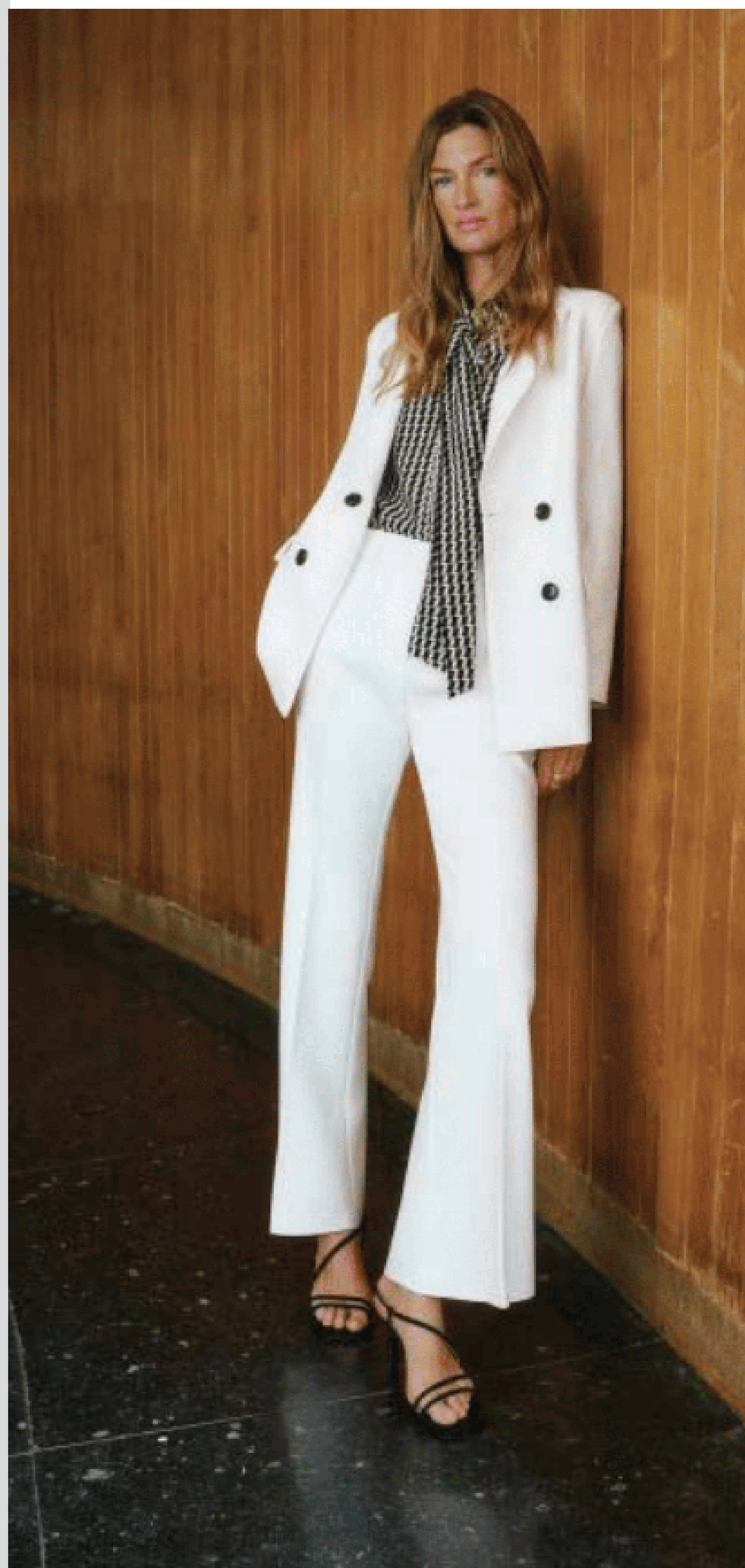
*Grado de satisfacción después de 2 usos

**NielsenIQ / Ventas valor / 1AM Jun23 / Total España (Hiper+Super+Perf+Indep+Online)

NOVEDADES • EVENTOS • NUEVAS TIENDAS

toma nota

—Redacción TELVA.



EL CORTE INGLÉS

Renovados códigos de moda

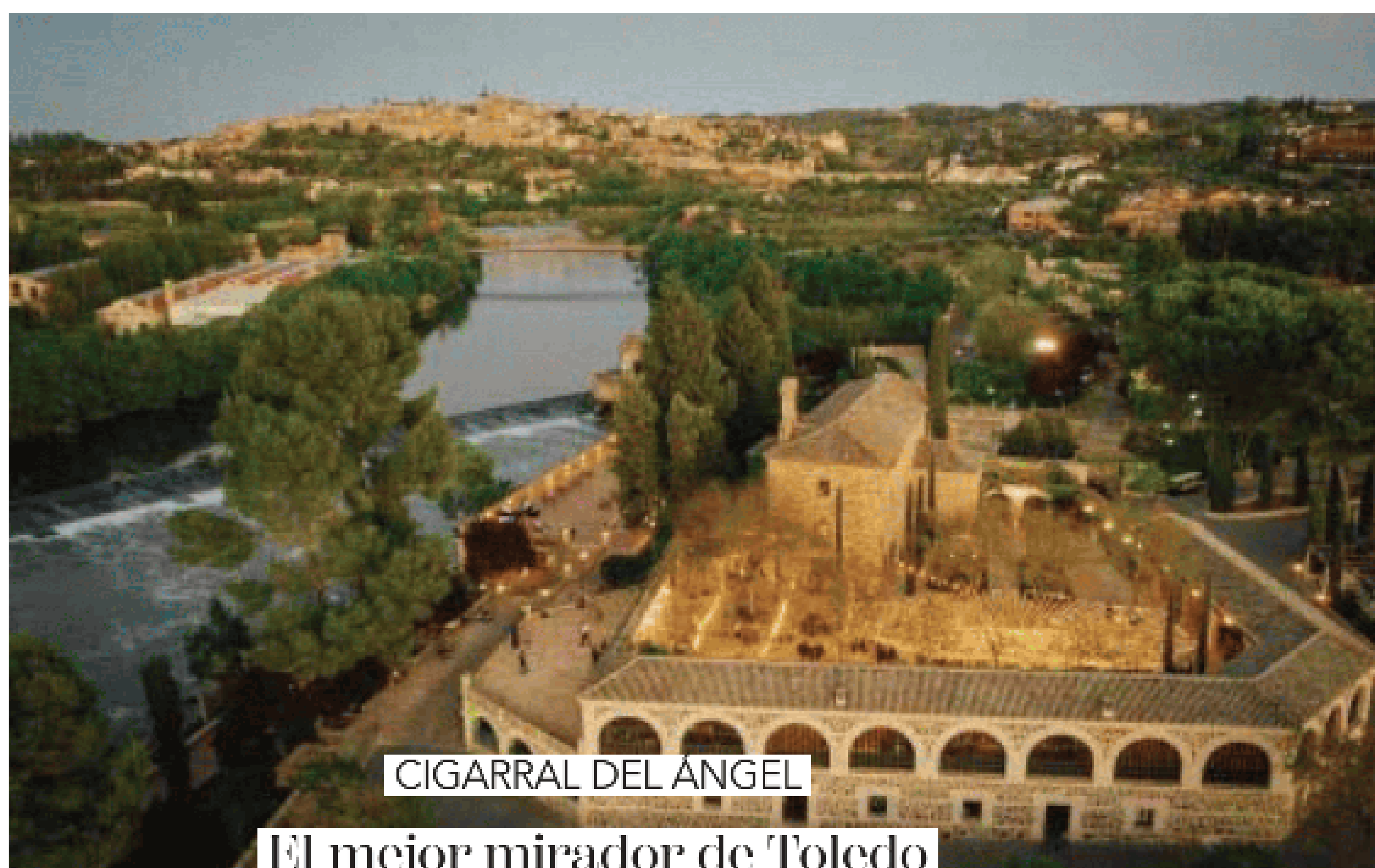
Las modelos Martina Klein, Lorena Durán y Vanessa Breuer protagonizan la campaña de moda otoño-invierno de *Woman*, una colección de prendas cómodas que se adaptan a todas las ocasiones, desde el día a día hasta los momentos más especiales. (elcorteingles.es)



PANDORA

Nueva estética

Pandora Talisman lanza una nueva colección inspirada en las monedas antiguas. Con el lema *Lleva las palabras que te definen*, la marca ha creado doce diseños con inscripciones grabadas en latín como *amor vincit omnia* o *per aspera ad astra*, que se combinan con corazones, lunas y estrellas. (es.pandora.net)

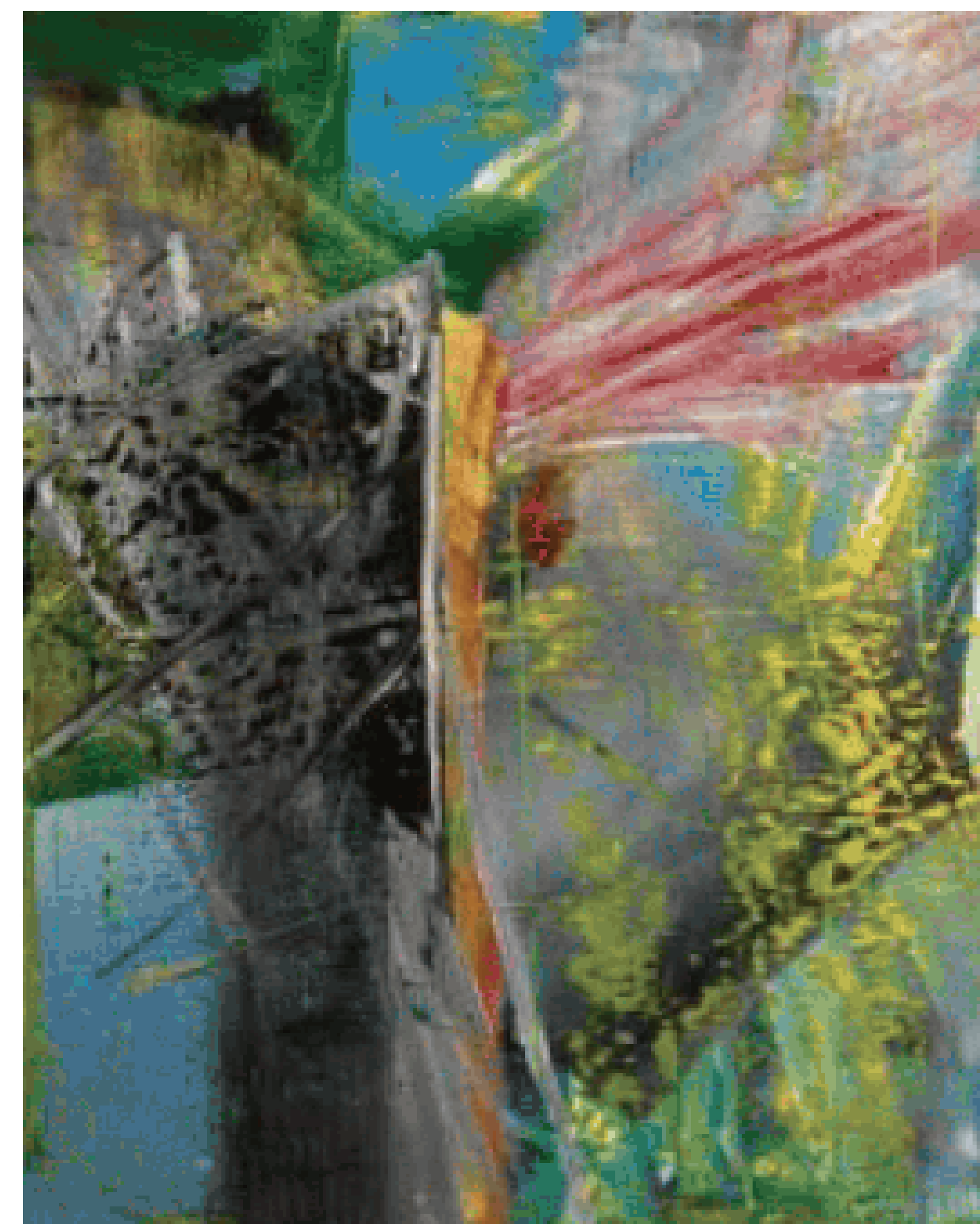


CIGARRAL DEL ÁNGEL

El mejor mirador de Toledo

El más antiguo de los cigarrales toledanos cuenta con una de las vistas más espléndidas del casco histórico de Toledo desde el Mirador del Río, un lugar espectacular donde podrás celebrar una boda única. El salón panorámico, el claustro o la terraza del río son algunos de los exclusivos espacios que te ofrece el cigarral. (cigarraldelangel.com)

Fundación Louis Vuitton Desde el 17 de octubre hasta el 2 de marzo 2026, la fundación presenta una gran retrospectiva de Gerhard Richter, uno de los artistas vivos más influyentes del mundo. Contará con 270 de sus obras realizadas entre 1962 y 2024. (fondationlouisvuitton.fr)





GRAU

Cómo sofisticar tu look

Las perlas con las que trabajan Ricard y Gemma Grau en el taller de su joyería han sido cultivadas y recolectadas en Taihí y Australia. En su nueva colección las combinan con oro amarillo, rosa o blanco de 18k, y también en platino. (joieriagrau.com)



TERESA BERGANZA

Una expo con sus vestidos

Por vez primera se presenta en Italia una selección de los vestidos de concierto de la gran mezzosoprano española Teresa Berganza. 12 exclusivas piezas de modistos como Cristóbal Balenciaga, Loris Azzaro o Elio Berhanyer expuestos con fotografías cedidas por el archivo del Teatro alla Scala de Milán. (*Instituto Cervantes de Milán. Hasta el 30 de octubre*).

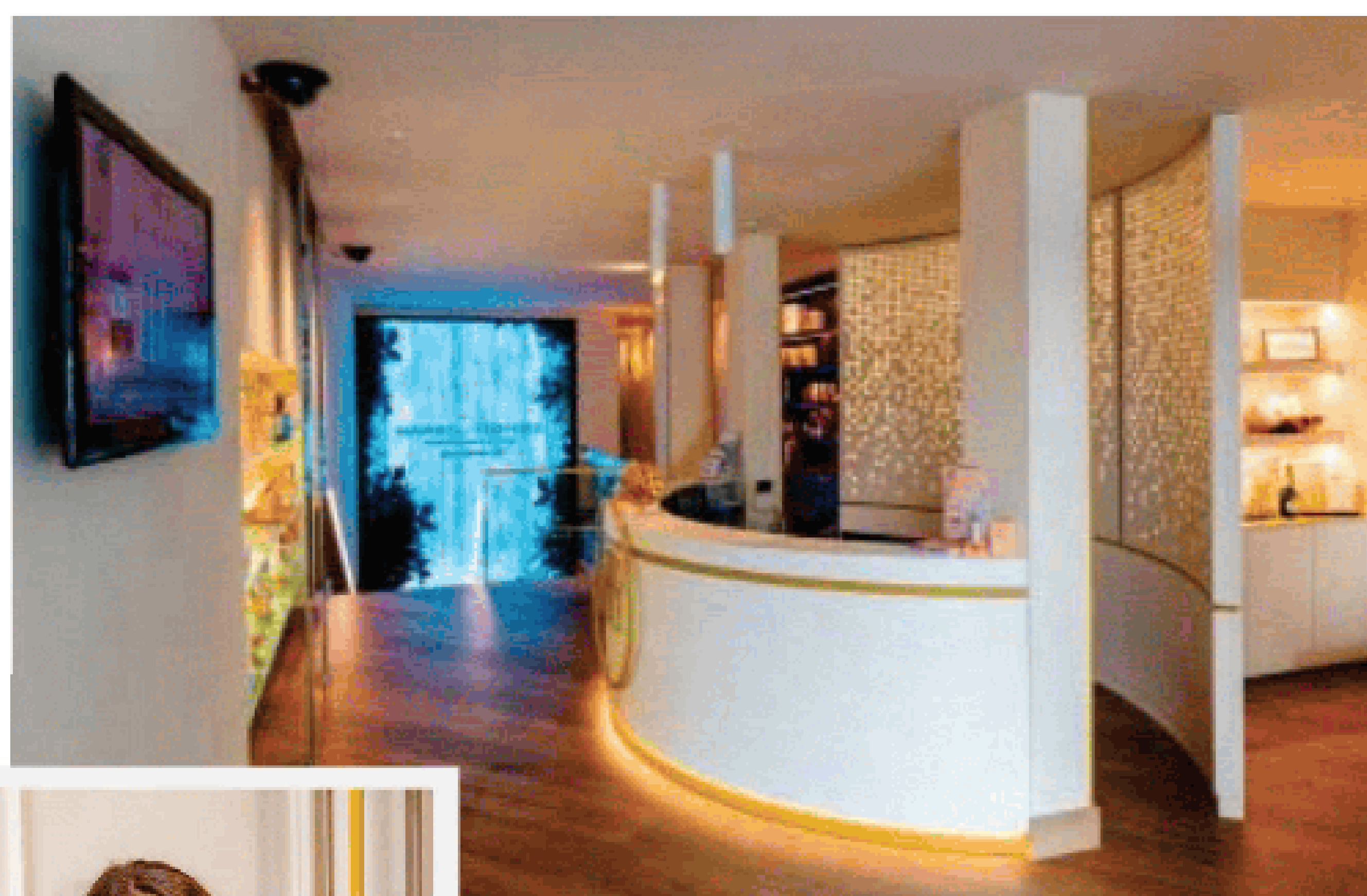


CASA DIOR

New York, New York

Próxima al lugar en el que Christian Dior abrió su primera tienda en Estados Unidos en 1948, se inaugura ahora Casa Dior Nueva York en la esquina de la calle 57 con Madison Avenue. Las cuatro plantas diseñadas por Peter Marino acogen todas las colecciones de la *maison* y un Dior Spa. Para celebrar la apertura se ha creado una edición limitada de bolsos y zapatos. (dior.com)

El Lady Dior recreado con el estampado de un diario neoyorkino.



MARIBEL YÉBENES

Lifting facial sin inyectables ni cirugía, y que funciona

MY Natural Transformer, es el nuevo tratamiento no invasivo de Maribel Yébenes que realiza un lifting facial con resultados naturales gracias a su exclusivo protocolo que combina la tecnología de ultrasonido más avanzada con la experiencia de más de 50 años en estética. Tensa, levanta, tonifica y compacta la piel y no duele. ¿Lo ideal? De 2 a 4 sesiones anuales. (maribelyebenes.com).



toma nota



Su agradable clima y multitud de planes de ocio hacen de Madrid el destino perfecto para una escapada otoñal. BLESS Hotel Madrid se alza como referente cinco estrellas del turismo de lujo en la capital. Ubicado en el exclusivo Barrio de Salamanca y rodeado de *boutiques*, restaurantes y galerías de arte, cuenta con 111 habitaciones y *suites* diseñadas para ofrecer una experiencia única. Todas ellas destacan por su elegancia y atención al detalle, con *amenities* como flores frescas, tecnología, sábanas de algodón egipcio, carta de almohadas y productos de baño de lujo.

La gastronomía es otra parte fundamental. *Pinzelada Lounge* sorprende y cautiva a cada comensal gracias a su fusión de sabores locales e internacionales; mientras, *Picos Pardos Sky Lounge* dispone de platos perfectos para compartir y cócteles de autor. Una zona *wellness* que incluye un *spa* urbano y un gimnasio completan sus instalaciones. Todo ello convierten a BLESS Hotel Madrid en el número 1 de España y uno de los más selectos del mundo. (Calle Velázquez, 62. 28001. Madrid. Tel: +34915 75 28 00).

Oasis urbano

Madrid es el destino perfecto para una escapada otoñal. BLESS Hotel Madrid ofrece una experiencia de lujo donde la atención al detalle, su cuidada gastronomía y el culto al bienestar cautivarán a sus huéspedes.

—Jessica Nieto.



SUSCRÍBETE

12 números por sólo 59,95€/año

De regalo, un lote de productos



Valorado en 80€

HAIR LOSS SHAMPOO GO ORGANIC 200 ml Champú Anticaída – 80% menos caída según test clínico. Con vitaminas B5, B6, Biotina y zinc, y libre de siliconas, sulfatos y PEGs, este champú limpia en profundidad con agentes vegetales 100% naturales. Fortalece desde la raíz, estimula el crecimiento de cabello nuevo y regula el sebo, dejando un cabello más resistente, brillante y equilibrado.

CONDITIONER GO ORGANIC 200 ml Acondicionador Reparador – 70% más hidratación según test clínico. Crema reparadora y ultrahidratante sin siliconas que repara y protege contra daños térmicos, tintes y sol. Mejora la densidad, aporta brillo intenso y suaviza el cabello, dejándolo más fuerte, manejable y lleno de vida.

Suscríbete



O si lo prefieres suscríbete a la **edición digital** por sólo 13,99€/año

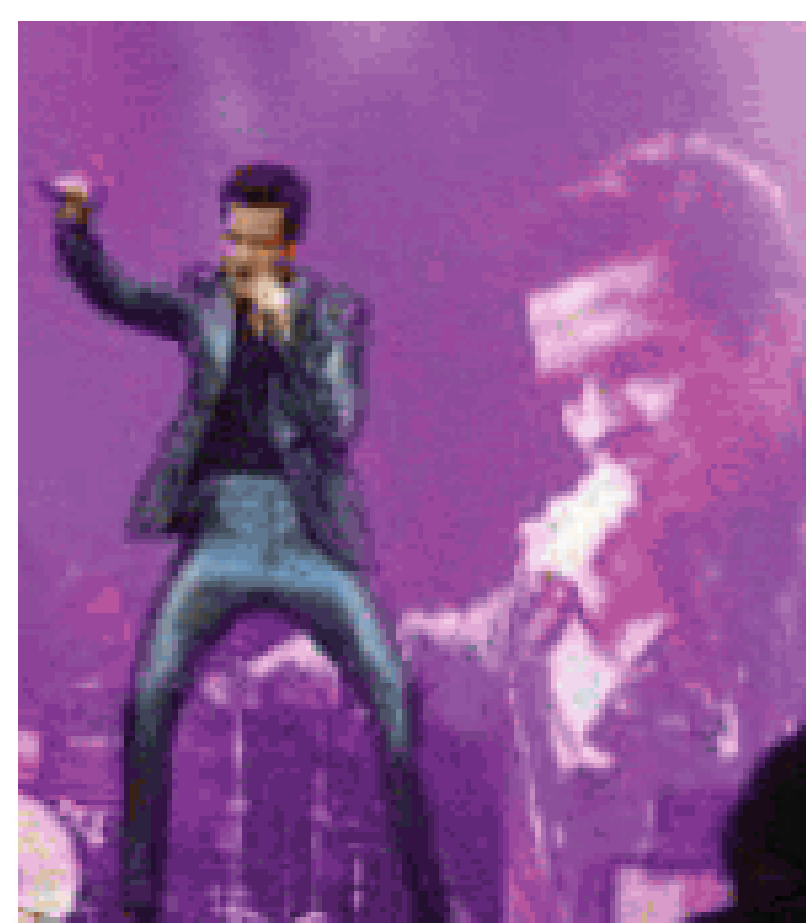
Llama ahora al **91 275 19 85** o entra en **suscripcion.telva.com**

*Promoción válida sólo en territorio español, peninsular y Baleares.

LA LISTA QUE ME INSPIRA

SEBASTIÁN YATRA

¿QUÉ TE QUITA EL SUEÑO?
La ansiedad.



EL MEJOR CONCIERTO EN
EL QUE HAS ESTADO
En el de *The Killers*.

EL LIBRO QUE TIENES EN
TU MESILLA DE NOCHE
La fiesta del Chivo de
Mario Vargas Llosa.



FOTO: AZZARO

Dice que se perfuma en exceso hasta cuando juega al fútbol, aunque la verdadera pasión de Sebastián Yatra es la música. De gira por España, es el nuevo embajador de las fragancias Azzaro, admira a Carlos Vives y reconoce que no puede resistirse a las arepas de su tierra colombiana.

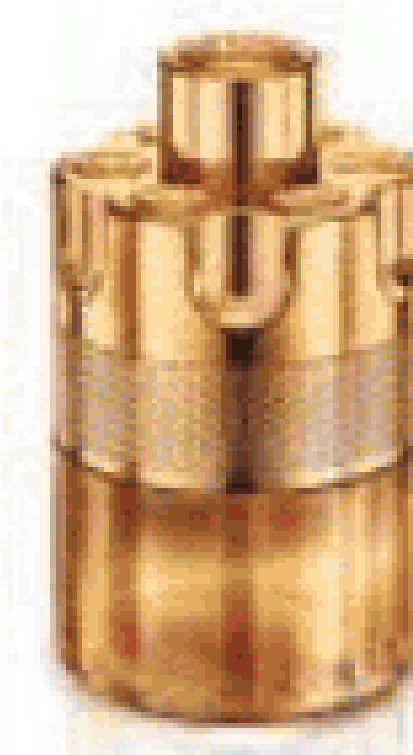


UNA ACTRIZ
Zendaya.

TU PERSONAJE DE
PELÍCULA FAVORITO
Forrest Gump.

¿EN QUIÉN TE
REENCARNARÍAS?
Lionel Messi, es de otro
planeta.

NUNCA SALES
DE CASA SIN...
Mi perfume *Forever
Wanted Elixir* de Azzaro.



Un disco imprescindible. *Milagro*, de Sebastián Yatra. **Un artista que te ha dejado huella.** Carlos Vives. **Un icono.** Stefan Zweig. Pasan los años y sigue estando de plena actualidad. **La película que has visto más veces.** *Pearl Harbor*, probablemente por mis hermanos que la veían muchas veces. **Un actor.** Tom Hanks. **Un recuerdo de infancia.** Montar en patines y andar con camisetas muy largas. **Lo que más me gusta hacer.** Conectar con las personas, comunicarme y hablar. **¿Amélie Nothomb o Gabriel García Márquez?** Gabriel García Márquez, y añadiría a mi hermano Andrés Obando. **La mejor canción del mundo.** *Lienzo*, de mi disco. **Una frase o escena de película que adoras.** "Siempre solías protegerte cuando eras un niño". **Con quién te gustaría salir a cenar.** Con alguien muy diferente de otro universo para aprender cosas nuevas. **Lo que menos te gusta hacer.** Rellenar formularios y otros temas administrativos. **Si te dan a elegir, ¿paella o arepas?** Perdón, España: ¡Arepas!. **Un lugar para perderte.** India. **Tu último descubrimiento.** Cuando empecé a ser más curioso y a probar cosas nuevas. Eso me ha llevado a vivir distintas experiencias y a aprender cosas que ni imaginaba que existían. **Una manía.** Tengo demasiadas. **Qué te hace reír a carcajadas.** Toda la mierda que hablo todo el día. **Algo que te gustaba, pero ya no.** Los pantalones muy pegados. **Qué talento te gustaría tener y no tienes.** Tener más motricidad fina con las manos. **Qué cantas en la ducha habitualmente.** Si lo hago a veces es porque se me pega una canción, pero soy más de escuchar música. **Lo contrario del sex appeal es...** La gente soberbia. **Un lema de vida.** "La vida te niega los milagros hasta que te das cuenta de que todo es un milagro". **Lo que más admiras de una persona.** Lo que no puedes ver con los ojos es lo que más te atrae de una persona, es algo energético. **Tu conversación preferida de sobremesa.** Los casos hipotéticos como ¿por cuánto dinero harías esto? **Algo que cambiarías de ti mismo.** Ser más disciplinado con las cosas que requieren aprendizaje.

—Clara Sánchez de Ron.

*Batiste*TM

DELICADEZA

PARA TU CUERO CABELLUDO

NUEVO



FÓRMULA
LIGERA



SIN
FRAGRANCIA



TESTADO
DERMATOLÓGICAMENTE

Este mes te regalamos Batiste Original mini, champú en seco n°1 en España*, para que luzcas pelazo al instante.

Fuente: Nielsen Valor Total 2022, 2023 y 2024 líder en ventas en euros y unidades dentro del segmento champú en seco en el canal formado por el libre servicio organizado y las perfumerías.





SCARLETT JOHANSSON / GALLERIA BAG
PHOTOGRAPHED BY YORGOS LANTHIMOS

PRADA



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoria intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.